

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjandus ja kommunikatsioon

Britt Rosenberg

Väärtuste uurimine Eesti populaarsemates isiklikes blogides

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Külliki Seppel, MA

Tartu 2016

SISUKORD

SISUKORD	2
SISSEJUHATUS.....	3
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD	5
1.1 BLOGIMINE	5
1.1.1 <i>Blogi olemus ja definitsioon. Blogi žanrina</i>	<i>5</i>
1.1.2 <i>Blogide liigid. Isiklikud blogid</i>	<i>10</i>
1.1.3 <i>Blogija virtuaalne ja reaalne isiksus</i>	<i>12</i>
1.1.4 <i>Blogimaastik Eestis ja mujal maailmas</i>	<i>16</i>
1.2 VÄÄRTUSED UURIMISOBJEKTINA.....	18
1.2.1 <i>Teoreetilised väärtussüsteemid</i>	<i>19</i>
1.2.2 <i>Väärtusuuringute tulemused.....</i>	<i>22</i>
1.3 VARASEMAD BLOGI- JA VÄÄRTUSTEEMALISED UURINGUD	24
2. UURIMISKÜSIMUSED	26
3. METODOLOOGIA.....	28
3.1 VALIM.....	28
3.2 MEETOD	30
3.3 UURIAEETIKA JÄRGIMINE BLOGIDE UURIMISEL	33
4. TULEMUSED.....	35
4.1 VÄÄRTUSKATEGOORIAD BLOGIDES.....	35
4.1.1 <i>Terminaalväärtuste esinemine viies populaarsemas blogis</i>	<i>35</i>
4.1.2 <i>Instrumentaalväärtuste esinemine viies populaarsemas blogis.....</i>	<i>38</i>
4.1.3 <i>Terminaal- ja instrumentaalväärtuste koosesinemine</i>	<i>40</i>
4.2 TEGELASED, SÜNDMUSED JA TEEMAD SEOS VÄÄRTUSTEGA	41
4.2.1 <i>Väärtused seoses tegelastega</i>	<i>43</i>
4.2.2 <i>Väärtused seoses sündmustega</i>	<i>44</i>
4.2.3 <i>Väärtused seoses teemadega.....</i>	<i>45</i>
5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....	48
5.1 JÄRELDUSED.....	48
5.2 DISKUSSIOON	52
5.3 METODOLOOGILINE REFLEKSIOON.....	54
KOKKUVÕTE.....	57
SUMMARY	59
KASUTATUD KIRJANDUS.....	61
LISAD	67
LISA 1 - KODEERIMISJUHEND	67

SISSEJUHATUS

„Peavoolumeedial on tavaks kinnitada konventsionaalseid tõdesid. Blogosfääri roll on siinkohal kõik peavoolumeedias öeldu segi paisata” – nii on öelnud maailma loetuima blogi, meediahiuu staatusesse tõusnud Huffington Posti autor Arianna Huffington (Stöcker, 2007). Nii blogija kui meediakanali omanikuna teab Huffington, millest räägib: blogimine on üha populaarsem (Schroeder, 2013; Tumblri kodulehekülg, 2016; Worldometers: Blog Posts Written Today, 2016) ning lugejad eelistavad blogides avaldatud infot teistes meediakanalites tehtavale (Treymayne, 2007:135). Siiski on selle plahvatuslikult kasvanud meediaharu olemust vähe uuritud ja blogitekstide näol olemas olevaid võimalusi vähe kasutatud.

Blogid on suurepärane uurimismaterjal, sest uurijate sõnul on tegu isiklike, järjepidevate ja ausate tekstidega, mis on avalikult kõigile kättesaadavad (Jung, Song & Vordererc, 2012:1626). Sedavõrd isiklikul tasandil avalikke persoonikeskseid tekste on blogidest väljaspool vähe.

Suurema osa ajast käsitlevad inimesed sõnu või teisi lingvistilisi väljendusvorme tõsiasjadena, mille paikapidavust saab kontrollida sõnaraamatust (Fairclough, 2001:93). Tegelikkuses võivad aga sõnad ja nende koosinemine endas muuhulgas peita tähendusi ehk väärtusi olenevalt autori sotsiaalsest keskkonnast, ideoloogiast või ühiskonnast, kus ta elab (Fairclough, 2001:77).

Selle bakalaureusetöö eesmärk on uurida, milliseid väärtusi võib Eesti kõige populaarsematest isiklikest blogidest enim leida. Samuti analüüsib autor, kas avanev väärtuskuvand mõjub autentse või konstrueerituna – teema, mida on blogidega seondult palju uuritud (Blinka, 2012; Bullingham ja Vasconcelos, 2013; Kaljuvee, 2015; Marwick ja boyd, 2011; Sepp jt, 2011, Stern, 2008), ent milles teoreetikut ja uurijad üksmeelele jõudnud ei ole. Eesmärkide täitmiseks katsetab autor küsitluspõhise väärtussüsteemi rakendamist tekstianalüüsile. Idee väärtuste ja blogitekstide sidumisest on kantud töö autori kõrvalerialast, psühholoogiast, milles on aastatega välja kujunenud väärtuste uurimine küsitlusmeetodil (Rokeach, 1973; Schwartz, 2011; Schwartz, 2012). Seetõttu on huvitav uurida, kas küsitluse teel väärtuste leidmiseks loodud kategooriaid on võimalik rakendada ka tekstianalüüsil isiklikes blogides. Töö keskendub loetumatele veebipäevikutele Eesti blogimaastikul, milleks on isiklikud blogid, uurides neist viite populaarsemat ning analüüsides kokku 50

postitust.

Seni on Eestis uuritud väärtuste esinemist moeblogides ning konstrueeritud seejärel kategooriad neist leitud väärtuste põhjal (Mets, 2011), samuti uuritud väärtusi ajalehtedes erinevate teoreetikute väärtussüsteeme ühendades (Rebane, 2015). Eesti blogijate põhjal on läbi viidud uuring Soomes, kus uuriti blogijate ootusi seoses blogimisega kaasnevate psühholoogiliste ja sotsiaalsete tasudega (Sepp, Liljander ja Gummerus, 2011).

Blogides konstrueeritavate väärtuste teemal kirjutatav bakalaureusetöö on oluline, sest blogid on meediavormina ülikiirelt arenev suund (Schroeder, 2013; Tumblri kodulehekül, 2016; Worldometers: Blog Posts Written Today, 2016) ning jõudnud Eestis esimese läbimurdeni – blogijad esinevad üha tihedamini peavoolumeedias, avaldavad esimesi raamatuid ning teenivad blogimisega tasu. Kahtlemata on oluline teada, milliseid väärtusi sedavõrd suurt gruppi inimesi kõnetav meediavorm konstrueerib ning mida me neid väärtusi teades blogi kohta järeldada võime. Töö on eelnevatest blogi- ja väärtusteemalistest uurimustest erinev, sest loob blogides esinevate väärtuste uurimiseks meetodi, mis kasutab väärtusküsitluses kasutatavaid kategooriaid ning analüüsib väärtusi hiljem selgitavate motivatsioonidimensioonide kaudu. Samuti on eriline ja aktuaalne töö fookuseks olev valim, kus esinevad vaid 2016. aastal Eesti kõige enam loetud isiklikud blogid.

Töö koosneb teemakohasest teooriast isiklike blogide, väärtuste, blogiisiksuse ja vastavate sotsiaalteooriate kohta, meetodi ja valimi põhjalikust kirjeldusest, tulemustest, järeldustest ning diskussioonist ja meetodi kriitikast.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade peatükis selgitab autor bakalaureusetöö teoreetilist tausta ning annab ülevaate bloginduse olemusest ja selle olulisusest ning väärtustest ja nende jagunemisest motivatsioonidimensioonidele. Samuti avab autor isiklike blogide ja blogijate isiksuse uurimise tulemusi ning kirjeldab, mil määral võib blogiisiksus reaalsest isiksusest erineda. Lisaks selgitab autor väärtuskodeerimise läbi viimise põhimõtteid, teemavaliku aluseks olnud teooriaid ning tutvustab Eesti blogijate ja väärtuste teemal varem kaitstud teadustöid.

1.1 Blogimine

1.1.1 Blogi olemus ja definitsioon. Blogi žanrina

Sõna veebipäevik ehk „blogi“ tuleb sõnadest „web“ ja „log“: termin „log“ on võetud merendusest, kus tähendab kronoloogilist järjepidamist olukorrast merereisil, mis logiraamatusse kanti (Rettberg, 2008:18). Blogi näol on tegemist veebileheküljega, kus esitatakse kuupäevadega märgistatud sissekandeid ümberpööratud kronoloogilises järjekorras (kõige uuem kõige ees) (Herring, Scheidt, Bonuns ja Wright, 2004:1). Esimene blogi-nimeline veebipäevik sündis aastal 1997 (Rettberg, 2008:18). Tänapäevaks on blogid seega eksisteerinud pea 20 aastat.

Blogi defineerib tihti isiklik toon. Evan Williams, üks blogikeskkonna Blogger.com'i asutajaid (Treymayne, 2007:IIV kaudu), nimetab kolme blogi defineeriva tunnuseks sagedust, lühidust ja personaalsust. Teistest veebilehtedest erinevad blogid mina-vormi kasutuse ja dünaamilisuse poolest (Treymayne, 2007:IIV).

Blogi võib näha nii žanri kui meediumina (Rettberg, 2008:20), mis tähendab, et ühest küljest on tegu lihtsalt (aja)kirjandusliku vormiga, mis kõigub sisu poolest konkreetsest blogist olenevalt arvamuse- ja olemusloolikkuse, aga ka uudislikkuse vahel. Teisalt on blogi aga unikaalne meedium, mille üheks autoriks on blogi omanik(ud), teisteks aga lugejad, kelle kommentaarid ärgitavad autorit tihti sõna võtma või mõnel uuel teemal postitust kirjutama (Rettberg, 2008:20).

Blogi üheks omaduseks on ka sotsiaalsus: see jagab lugejatele linke teistesse blogidesse ning

innustab lugejaid kommenteerima (Rettberg, 2008:21). Sarnase näitena võib tuua uudisteportaale, kus kommentaariumid samuti lugejatele avatud on, ent erinevalt blogidest ei vasta loo autor seal lugejate mõtetele, samuti ei kohanda toimetuse sisu või teemavalikut lugejate arvamusest lähtuvalt.

Kui näiteks ajalehes ei saa autor üldjuhul valida, millise kujundusega tema tekst lehes ilmub, siis Rettbergi sõnul (2008:4) on blogi igati autori nägu ning seda nähakse summamana postitustest, kujundusest, jagatavatest linkidest ja blogijate omavahelistest suhetest. Selleks, et blogisid mõista, tuleb neid pikema aja jooksul lugeda: blogilugemine on nagu kellegi tundma õppimine või telesarja jälgimine: peame teadma mineviku sündmusi, et mõista, mis ja miks praegusel hetkel toimub (Rettberg, 2008:4).

Blogid võivad olla nii personaalse kirjastiiliga kui ka veidi ajakirjanduslikumad, ent neutraalsust või objektiivsust ei ürita autorid enamasti saavutada isegi hästiargmenteeritud blogipostitustes (Rettberg, 2008:18). Blogijad ei ole lugu silmas pidades ajakirjanikud, sest nad ei otsi originaalallikaid (Meyers, 2012:1029). Samuti ei ole nende jaoks tähtis kinni pidada ajakirjanduslikest standarditest ega objektiivse distantse hoidmisest, mis on omane uudistemeediale (Meyers, 2012:1030). Nii ongi blogi käsitletav unikaalse meediumina.

Kuigi blogide kohta on keeruline üldistusi teha, sest nende sisu, mitmekülgsus jm varieeruvad tugevalt, võib eelnevat silmas pidades öelda, et blogi on üldjuhul sotsiaalne lühidaid personaalseid mõtteid edastav autorile omase stiiliga veebilehekülg, mille uusimad sissekanded on blogilehele jõudes lugejale esimesena näha.

Selleks, et blogi olemust veel paremini mõista, tasub vaadata, mis on interneti kui meediumi funktsioonid praegusel hetkel ning millist rolli täidab selles kontekstis blogi. Millenniumivahetusest saadik on interneti olemus pidevalt muutunud ning alates hetkest, mil tekkis sotsiaalmeedia, on kommunikatsioon ja koostöö saanud interneti kõige olulisemateks funktsioonideks (Fuchs, 2008:125). Fuchsi (2008:126) sõnul on kõik, mis internetis leidub, sotsiaalne, sest see on tekkinud sotsiaalsete protsesside tulemusel ning loodud sotsiaalsetes suhetes olevate inimeste poolt. Durkheimi sotsiaalfakte silmas pidades on seega kõik veebikeskkonnad sotsiaalsed, sest need eksisteerivad isegi siis, kui kasutaja on ekraani ees üksinda (Fuchs, 2008:126). Polegi tähtis, mida internetikasutaja veebist loeb või kas ta on arvutiekraani taga üksi: oluline on see, kuidas ta loetuga suhestub ja teksti enda jaoks

kohandab (Meyers, 2012:1026).

Sotsiaalsus on füüsilisest üksiolemisest olenemata seega tänu arvutitehnoloogiale võimalik. Fuchsi (2008:128) sõnul vallandab see kognitsioonide, suhtlus- ja koostööprotsessid, mis leiavad aset erinevates füüsilistes ruumides ja võivad olla nii sünkroonis kui ka sellest väljas: sünkroonis protsess tähendab, et kasutajad on internetis aktiivsed samal ajal; asünkroonilisus aga, et kasutajad on internetis ajaliselt erinevatel aegadel. Sellises kontekstis saab tekkida kolme sorti suhtlust: üks-ühele, üks-mitmele ja mitu-mitmele (Fuchs, 2008:128).

Fuchs (2008:131) toob välja, et lisaks sellele, kes suhtluses osalevad ja kus nad selle ajal asuvad, vaadeldakse internetisuhtluse juures ka seda, kas tegu on lükatava (*push*) või tõmmatava (*pull*) meediumiga. Lükatav meedium tähendab, et kasutaja saab uut informatsiooni internetist automaatselt – sellist tüüpi on näiteks meili- ja uudiskirjalistid; tõmmatava meediumi puhul peab kasutaja aga informatsiooni saamiseks ise tegutsema (Fuchs, 2008:131-132).

Blogimine on Fuchsi (2008:128) definitsioonide järgi sarnaselt paljudele sotsiaalmeediakanalitele tõmmatav meedium, milles toimuv suhtlus on oma olemuselt erinevalt näiteks Facebooki vestlusprogrammis suhtlemisele asünkrooniline. Sarnaselt Facebooki kasutajate seinal toimuvaga võib blogisuhtlus oma tüübilt olla aga nii üks-mitmele kui mitu-mitmele, keskendudes oma olemuselt eeskätt interneti kommunikatsioonifunktsioonile (Fuchs, 2008:132).

Kommunikatsioonifunktsioon, mis võimaldab üks-mitmele suhtlust, annab blogi autorile mõnes mõttes eestkõneleja rolli. Olsen ja tema kolleegid (2009:450) kirjutavad, et ajalooliselt on inimesed valinud poliitikuid enda arvamusi ja huve esindama – inimestelt ei küsitud arvamust ega kaasatud seda siis poliitikategemisse. Nüüd on olemas aga blogid, mis on spetsiaalselt disainitud vaadete väljendamiseks, väärtuste ja argumentide arutamiseks ja ühiste huvidega gruppide ühendumiseks (Olsen, Pedersen ja Hendricks, 2009:450). Näiteks on meedias avaldatud autori bakalaureusetöö valimisse kuuluva blogija postitusi, mis seisavad tema fännkonna enamiku arvamuse eest ja kõnelevad muuhulgas emadusteamadel. Samuti on selle sama blogi autor korraldanud heategevuskampaaniaid, mis tänu tema tema postitusele pälvinud ka kohalike omavalitsuste ja poliitikute tähelepanu. Bullingham ja Vasconcelos on aga kirjutanud, et kui blogijad räägivad oma lugejaskonna eest, kipuvad nad

oma seisukohtades liialdama (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:108) – ent see võib olla üheks põhjustest, miks lugejad blogisid usaldavad.

Lisaks lugejaskonna ja autori ühistele huvidele on blogide lugemise põhjuseks selle erilised omadused: nn filtrist läbi laskmata aus ja ülikiirelt saabuv info, mida tavameedia ei paku (Treymayne, 2007:138). Kolmandaks oluliseks põhjuseks peetakse selle meelelahutuslikku omadust, neljandaks interaktsiooni autori ja lugejate vahel, aga ka sõpradega ühise meeldiva blogi üle arutlemist, kuid vähem oluline pole ka intellektuaalse sisu ootus: tähtsaks peetakse head kirjutajat, põnevat debatti ja uue vaatenurga nägemist vana teema juures (Treymayne, 2007:134-135).

Nagu öeldud, ei paku tavameedia uurijate ning teoreetikute arvates blogidega kõrvutades samavõrd ausat ja toimetamata infot (Treymayne, 2007; Meyers, 2012). Aastal 2007 viis Treymayne koos kolleegidega läbi uuringu, kus uuris auditooriumi vaatenurka blogi vahekorrale teiste meediumitega. Kui Treymayne'i uuringu vastajatel paluti võrrelda blogisid televisiooni, raadio või paberlehes ilmuvate uudistega, näiteks juhul, kui kajastus puudutab sõda, peeti blogi kõige usaldusväärsemaks allikaks; sellele oluliselt järgnevad olid televisioon ning ajalehed. Blogisid eelistati ka personaalsele diskussioonile, mis oli usaldusväärsuselt eelnimetatutest veelgi madalamal kohal (Treymayne, 2007:135). Johnson ja Kaye leidsid aastal 2004, et kolmveerand lugejatest peavad blogisid keskmiselt või väga usaldusväärseks (Cenite, Detenber, Koh, Lim ja Soon, 2009:577).

Blogisid peetakse seega usaldusväärseks allikaks, ent oluline on ka uurida, miks see nii on. Nard, Schiano, Gumbrecht ja Swartz leiavad, et põhjus peitub enesekesksuses: autori lood keskenduvad kas kaudselt või otseselt talle endale ning pakuvad sealjuures pikka narratiivi (Treymayne, 2007:85). See võib tähendada, et kui inimene räägib enda vaatenurgast, olles sõltumatu poliitikast, riigikaitsest vm organitest, millest meediat tihti sõltuvaks peetakse, mõjub see lugejale usutavamana.

Nagu ühes eelnevatest alapeatükkidest räägitud, võib blogi olla nii žanr kui ka meedium: see tähendab, et lisaks autori sõnale on kaal ka lugejate omal. Lugejaga arvestamist peegeldab hästi Cenite'i 2009. aastal 1224 blogija seas läbi viidud uurimus, kust selgus, et 62% küsitletud blogijatest tunneb oma auditooriumi väga hästi (Cenite jt, 2009:583-584) ja võib seega tõenäoliselt olla kursis ka nende väärtustega. Seega saab lugeja mõjutada, mida blogija

kirjutab, ja blogija mõjutada seda, millist sisu lugejale pakub ja kuidas lugeja sisule reageerib.

Lugejaga arvestamist ja nende tekstidesse kaasamist harrastavad varjatud moel ka suured meediaväljaanded: New York times avaldab lugejate kirju, investeerimisleheküljed populaarsemaid aktsiaid ja iTunes enim allalaetud lugusid (Treymayne, 2007:84). Treymayne'i sõnul (2007:84) on uudisteportaalides avaldatud lood, mis on kirjutatud lugeja poolt, uuringute kohaselt nii kõrgema hinnangu kui ka loetavusega.

Kuna blogi võib pidada meediumiks, millel on konkreetne autor ja suurem lähedus, on selle postitused tihti ka seega loetavamad ja usaldusväärsemad, kui sama teema kajastus meediaportaalil või teleuudistes – seda nii uurijate kui lugejate sõnul (Treymayne, 2007; Cenite jt, 2009). See võib aga omakorda tekitada lambakarjaefekti, kus üha rohkem inimesi asub blogisid lugema (ehk liitub karjaga), sest seda on juba paljud enne teda tehtud ning suur hulk inimesi ei saa ju ometi eksida (Treymayne, 2007:84). Nii võib kujuneda olukord, kus blogija teeb populaarsuse mõjul ja selle suurendamiseks sisus mööndusi, andes järele näiteks eetikas. Nagu selle peatüki alguses välja toodud Meyersi ja Rettbergi öeldu (2012) sõnastas, ei hooli blogijad ajakirjanduslikest standarditest ega objektiivsusest sedavõrd palju nagu ajakirjanikud. See aga ei tähenda, et neil ei peaks olema vastutust, sest nagu öeldud: lugejad usaldavad neid teistest meediumitest rohkem.

Aastal 2009 uuris Cenite 1224 blogija põhjal seda, milliseid eetilisi põhimõtteid isiklike blogide autorid ise väärtustavad. Eeskätt pidasid vastajad tähtsaks seda, et tekst omistataks autorile, seejärel võimalike kahjude vähendamist; aus olemist ning vastutust mõlemat võrdselt (Cenite jt, 2009:586). Mitteisiklikud blogid väärtustasid ausust isiklikest blogijatest enam, ent kahjude vältimist neist vähem (Cenite jt, 2009:587). Seega soovivad isiklikud blogid küll kahjusid vältida, ent kui need siiski tekivad, võib vastutus jääda juba kellegi teise kanda.

Need, kes kasutavad meediat meelelahutuse vahendamiseks, peavad Olseni (2009:453) hinnangul olema teadlikud ka adresseeritava auditooriumi haavatavusest. Sisu, mis sisaldab seksi, vägivalda, narkootikumide aktsepteerimist või teisi sarnaseid teemasid, sobib rohkem kontrollitava kasutusala meediumitesse, nagu nt satelliit- või kaabeltelevisioon. Sellel, kellel on võim, on seega ka eetiline vastutus seda läbimõeldult kasutada (Olsen jt, 2009:453).

Eelnevalt tõi autor välja Olseni (2009:450) seisukoha, et blogija võib sattuda olukorda, kus

asub poliitikute asemel vahendama inimeste, täpsemalt oma lugejaskonna huve. Stephen Coleman (Fuchs, 2008:134 kaudu) hinnangul on tänu blogidele igaühel on hää, mille kaudu võiks blogid aidata kaasa näiteks osalusdemokraatia tekkimisele. Ent samavõrra võib see kaasa aidata ka fundamentalismi, paremäärmusliku ekstremismi ja terrorismi levikule (Fuchs, 2008:134). Seega – kui blogijad jätkavad muude postituste hulgas uudiste teemal enda seisukoha avamist ja peavoolumeedia kritiseerimist, tuleb ka mõelda, millised on nende blogiajate kohustused oma lugejate ja avalikkuse ees (Kuhn, 2005, Cenite jt, 2009:577 kaudu).

1.1.2 Blogide liigid. Isiklikud blogid

Lihtsas blogikeskkonnas saab kirjutada väga mitmeid erinevaid blogisid. Peamisi stiile esindavad Rettbergi (2008:9-17) sõnul kolm blogitüüpi: isiklik blogi (lood ja pildid inimese elust ehk päevik, mis on kirjutatud spetsiaalselt jagamiseks, st kõiki isikliku elu detaile sealt leida ei pruugi, ent huvitavaid episoodide ja koomilisi situatsioone siiski), filterblogi (leiud ja informatsioon internetist või kogemus nendega, mis pakub läbi filtri mingit põnevat osa internetist) ja teemablogi (kindlatel huvialadel põhinev blogi, mis pakub uusi ideid ja on tihti kirjutatud suurema seltskonna huviliste poolt). Selle bakalaureusetöö uurimisobjektiks on nimetatutest esimene ehk isiklik blogi, sest neil on üks kindel autor, need moodustavad kõigist blogidest ligi 70% ehk enamuse (Herring, Scheidt, Bonuns ja Wright 2004:6) ning seega on nende eeldatav mõju lugejaskonnale kõige ulatuslikum. Samuti on selles žanris kõige parem väärtusi uurida, sest teemade spekter on lai, seega saab leida võimalikult palju väärtusi, ning neis esinevad arvamused on üldjuhul ausad ja filtreerimata ning vaid ühele isikule kuuluvad ja enamasti tema isiklikku elu puudutavad.

Jungi ja tema kolleegid (2012:1626) defineerivad isiklikku blogi kui veebipäevikut, kuhu inimesed postitavad isiklikku arvamust ja kogemust sisaldavaid lugusid ja pilte, nagu nad teeksid seda ka oma isiklikus päevikus. Kirjutised neis blogides hõlmavad tihti isiklikke teemasid, ent erinevalt paberpäevikust on need kõigile lugemiseks avatud (Jung, Song ja Vordererc, 2012:1626).

Ameerika Ühendriikides 2007. aastal kokku ligi 4000 inimesega tehtud uuringus selgus, et inimesed jaotavad blogisid peateema järgi ise üheksasse kategooriasse: päevikuvormis isiklikud blogid, huvidega seotud blogid, perele orienteeritud blogid, arvamusblogid, loovus- või käsitööblogid, nõuandeblogid, fänniblogid ning segablogid või muud blogid (Treymayne, 2007:28). Kuigi neis kategooriates võib leida kattuvusi (näiteks käsitöö võib samuti kuuluda

huvide alla), on see peegel sellest, kuidas lugejad ja autorid ise blogižanre näevad. Selles bakalaureusetöös kuuluvad valimisse selle tõlgenduse järgi peamiselt päevikuvormis isiklikud blogid, perele orienteeritud blogid ja arvamusblogid, ent pigem ei ole vaadeldavad blogid ei üks ega teine, vaid segavorm kõigist kolmest.

Aastal 2011 viis Sepp koos kolleegidega läbi uuringu 12 Eesti blogijaga vanuses 22-50, selgitamaks välja, mis motiveerib blogijaid kirjutama (Sepp jt, 2011:1487). Sepp ja tema kolleegid viitasid oma töös Katzi (1974, Sepp jt 2011:1481 kaudu) tasude ja tarvete teooriale. Selle järgi valib iga inimene meediumi, mis tema vajadusi kõige paremini rahuldab, mis tähendab viidatud töö kontekstis, et inimene valib blogi ning ootab selle kirjutamise läbi tasu (Sepp jt, 2011:1481).

Tasude ja tarvete teooria järgi võib eristada protsessi-, sisu- ja sotsiaalseid tasusid (Sepp jt, 2011:1483-1489). Protsessitasu peaks Katzi sõnul (1974, Sepp jt 2011:1483-1489) kasu tooma eeskätt autorile ja seda saadakse näiteks oma emotsioonide läbikirjutamisest; sisutasud heidavad valgust sellele, miks ja kuidas blogija oma kirjutistele sisu loob: mõni teeb seda järje hoidmiseks, teine raha teenimiseks. Sotsiaalsed tasud olid uuringus osalejate poolt enim mainitud ning sisaldavad arutelu lugejate ja teiste blogijatega, aga ka edevustunde rahuldamist, sest seegi sisaldab teisi inimesi, kes peavad edevustunde rahuldamiseks blogijat märkama (Sepp jt, 2011:1483-1489).

Tasud ja tarved on aga tugevalt seoses veebilehtedelt tuvastatavate eneseesitlemise strateegiatega, mida on Dominicki (1999, Sepp jt, 2011:1486 kaudu) järgi viis: enda meeldivaks tegemine, kompetentsus, hirmutamise, abi palumine ja näitlikustamine. Lisks nendele viiele on leitud ka sotsiaalsete seoste loomist ja eneseavamist, millele viitab Bortree (2005, Sepp jt, 2011:1486 kaudu). See, kuidas sa end esitled, mõjutab seda, kuidas teised sind tajuvad ja seeläbi tasusid, mida blogija saab (Sepp jt, 2011:1494). Uuringust selgus, et blogijad vaatavad blogikirjutamise kaudu teiste aitamisest saadavat rõõmu sotsiaalse tasuna. Tasuna, mida varasemates uuringutes leitud pole, tõusis Sepa ja kolleegide (2011) töös esile ka reklaamimine, mis tähendab blogijate poolt toodete tunnustamist: reklaami tegemine raha saamise eesmärgil ei olnud neile sealjuures tähtis. Oluliseks tasuks peeti ka lihtsalt lugeja informeerimisest sügavamat harimist ja arendamist (Sepp jt, 2011:1495).

Protsessi- ja sisutasudele viitab ka 2009. aastal Cenite ja tema kolleegide 1224 blogija seas

läbi viidud internetiuuring, millest selgus, et populaarseim põhjus blogimiseks oli oma tunnete ja mõtete väljendamine (36%) ning oma elu jäädvustamine (22%) (Cenite jt, 2009:583-584). Kuus aastat hiljem uurisid blogimismotivatsiooni teemat oma uuringus Fullwood ja tema kolleegid: populaarsete vastusevariantide seas küsimusele, mis motiveerib autoreid blogi pidama, olid sotsiaalne suhtlus, emotsioonide väljendamine ja selektiivne eneseavamine (Fullwood, Nicholls ja Makichi, 2015:1592), mis viitavad samuti sisu- ja sotsiaalsetele tasudele.

1.1.3 Blogija virtuaalne ja reaalne isiksus

Üks blogimisele omaseid jooni on see, et selles loodud tekstid ei pruugi peegeldada blogija tegelikku isiksust, sest blogija saab mingi piirini valida, millise mulje ta endast kujundab. Rettbergi (2014:12) sõnul on sotsiaalmeedia mõeldud küll eeskätt teistega suhtlemiseks, ent me peaks olema teadlikud ka sellest, kuidas ma sotsiaalmeediat enda näitamiseks kasutame. Näiteks blogikeskkonnas eksisteerivad teised inimesed meie jaoks teksti näol, seega ongi nende eneseväljendusviis ka ühtlasi otsene kuvand neist endist (Rettberg, 2014:12).

Selle osas, kuivõrd kattub blogis esitatav kuvand autori tegeliku kuvandiga, on teoreetikud ja uurijad erinevatel seisukohtadel. Shepherdi (2005, Sepp jt, 2011:1496 kaudu) sõnul kannab blogimine endas eneseturunduse ideoloogiat, mis tähendab, et blogi on indiviidi baasil loodud toode ning seda tuleb müüa nii efektiivselt kui võimalik. Sellele viitab ka Kaljuvee (2015:24), kelle Eesti mikrokuulsustega läbi viidud intervjuude põhjal võib öelda, et oma hoolikat loodud internetimina kontrollitakse ja hallatakse suure pühendumusega.

Mikrokuulsuseks olemise all mõeldakse mõtteviisi, mida järgides koheldakse lugejaid kui fänkonda ning luuakse äärmiselt hoolikalt enda isiksusest teistele tarbimiseks mõeldud kuvand (Marwick ja boyd, 2011:140). Mikrokuulsuste hulka kuuluvad ka blogijad (Marwick ja boyd, 2015:2).

Mikrokuulsust eristab tavablogijast lisaks suuremale populaarsusele see, et lugejate koondamiseks kasutab mikrokuulsus erinevaid tähelepanu äratamise meetodeid: uurijad on leidnud, et üha enam soovivad seesugused autorid meelitada ligi võimalikult erineva taustaga lugejaid ning kasutavad seega ka mitmeid erinevaid strateegiaid (Melrose jt, 2013, Kaljuvee, 2015:15 kaudu). Näiteks on lingvistilise stiili kohandamine, positiivse info jagamine, negatiivse info jagamine, unistuste ja hirmude jagamine, konflikti ärgitamine ja interaktsioon lugejatega sellised strateegiad, mida esineb Eesti mikrokuulsuste video- ja tavablogides

(Kaljuvee, 2015:24). See tähendab, et kuvandit kohendatakse ning üht osa rõhutatakse, teine osa aga jäetakse kajastamata.

Erinevalt Sheperdist (2005, Sepp jt, 2011 kaudu) ei usu aga Bullingham ja Vasconcelos (2013:101), et kuvand on nullist loodav toode. Bullingham ja Vasconcelos toetuvad Goffmani interaktsionistlikule teooriale, mille üks põhiargumente on, et inimestel on nii kontrollitav kuvand, mille kujunemist teiste silmis inimesed ise suunata saavad, aga teistele jäetavast muljest on teatav osa kontrollimatu, mille nad millegagi teistele nõ reedavad (nt tahtmatud näoilmed või internetisuhtluse puhul läbimõtlema sõnakasutus) (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:101). See tähendab, et kuvandit võib püüda küll luua, ent selle täielik kontrollimine ei pruugi olla võimalik.

Kontrollitava mulje loomiseks kommunikeerib inimene jooni, mida ta enda puhul ise eelistab, kontrollimatu mulje puhul avalduvad inimese juures aga jooned, mida ta ise edastada ei kavatsenud (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:101). Seega on siis sarnasus eksplitsiitsete ja implitsiitsete väljendustega tekstis: eksplitsiitseid tähendusi edastame selgesõnaliselt, nagu ka kontrollitud muljet, teisi anname edasi aga kaudselt, mõnel puhul ka tahtmatult ehk nagu ka kontrollimatut muljet.

Ühiskond on organiseeritud viisil, mis lubab igal inimesel arvata, et kui ta väljendab teatud omadusi kas eksplitsiitselt või implitsiitselt, on tal ka õigus teadud kohtlemisele – seega investeerivad inimesed oma kuvandisse ning ootavad seejärel teistelt sellele vastavat reaktsiooni (Goffman, 1956:6). Veebikeskkonnad annavad Bullinghami sõnul oma kasutajatele võimaluse neid omadusi etendada (Bullingham, 2013:102). Kasutades Goffmani terminoloogiat, võib *online*-keskkonda vaadelda kui lava ja *offline*-keskkonda kui lavatagagust (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:103). Enda kujutamine digitaalsete tehnoloogiate abil on samas aga autori jaoks kindlasti ka enesedokumenteerimine: autor ei mõtle vaid sellele, kuidas end teistele esitleda, vaid võib tahta neid ka hetki iseenda jaoks jäädvustada (Rettberg, 2014:11).

Mulje, mis internetikeskkonnas inimesest jääb, ei pruugi mitmete käsitluste järgi olla sugugi mitte tehisk. Bullinghami ja Vasconcelose (2013:107) sõnul esinevad autorid blogides ikkagi eeskätt iseendana, avamata sealjuures kogu enda isiksust, vaid tuues esile mõned olulisemad isiksusjooned. Ka Sterni (2008:106) hinnangul vaatavad noored blogiautorid ise

interneti-isiksusele kui lihvitud versioonile iseendast (Stern, 2008:106).

Blinka ja tema kolleegid viisid 2012. aastal läbi uuringu, kus uurisid inglise- ja tšehhi keelsete blogide sisu, saamaks teada, mil määral vastanduvad blogis päris- ja virtuaalmina. Uuringust selgus muuhulgas, et inglise keelt kõnelevad blogijad avaldasid blogis vähem isiklikku infot kui tšehhi keelsed blogijad. Inglisekeelsetes blogides eelistati teksti ja kirjeldusi igapäevast ning sõpradest, tšehhi keelsetes visuaalset materjali, ning kirjeldusi ühiskonnast ning avalikkusest (Blinka 2012:292). Mõlema keeleruumi autorite puhul sai aga teha järelduse, et virtuaal- ja päriselu-identiteet on suures osas üks ja sama (Blinka, 2012:293).

Päriselu-identiteedi võiks Vaasti (2007, Bullingham ja Vasconcelos, 2013:102 kaudu) sõnul asendada aga hoopis sõnapaariga “mittevirtuaalne identiteet”, sest virtuaalsed isiksused võivad mittevirtuaalsetega olla samaväärtiselt tõelised. Bakeri (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:102 kaudu) hinnangul võib veebi-identiteet seguneda aga meie päris-identiteediga, sest lugejad ootavad neile loodud kuvandi järgi käitumist ja see võib autorile harjumuspäraseks muutuda. Auditooriumile nn etenduse pakkumisest on kirjutanud Goffman (1956). Ühe äärmuse puhul võib rollis olija enda rolli nii sisse elada, et hakkab etendavat endale omaseks pidama ning kui ka auditoorium seda usub, ongi juba raske eristada, mida reaalsuseks pidada (Goffman, 1956:10). Teises äärmuses ei usu etendaja oma rolli üldse, muutudes küüniliseks, saades teguviisist teatud naudingut ning tundes, et ta saab mängida millegi sedavõrd tõsiseltvõetavaga, nagu isiksus seda on (Goffman, 1956:10). Ei saa muidugi eeldada, et kõigi nende eesmärk on oma auditooriumi isiklike huvide eesmärgil petta: autor võib ka arvata, et teesklus on lugejate, ühiskonna vm huvides (Goffman, 1956:11).

Selleks, et selgitada välja, mil määral blogijad oma isiksust veebipäevikus loovad ja kujundavad, viisid Bullingham ja Vasconcelos (2013) oma töö raames läbi intervjuud blogiautoritega. Selgus, et tõsiseltvõetavust saab blogijate sõnul tekitada rumalate ja naljakate blogipostituste eemaldamise abil, samuti fotodel kujutatava töökeskkonna korrastamise ja põnevaks muutmise teel, andes sellega edasi sõnumit tarkusest ja kompetentsist (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:106). Mitmed blogijad tunnistasid ka enesetäiustamisele viitavat ülepakkuvat kirjastiili ja lugude ilustamist põnevama loo jutustamise eesmärgil (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:107). Naisautorid kasutasid värve ja viiteid (nt bloginimes “Velvet Paws”, mis tähendab sametkäppi), mis andsid edasi naiselikkust (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:106). Ent seesugust mulje loomist võib autor tagantjärele kahetseda: Stern (2015) viis

läbi uuringu, kus uuris internetis enese kujutamise kaasnemaid kahetsusi. Noored vastajad ütlesid enim, et kahetsevad võltsi mulje jätmist ja kellegi teisena (populaarsema, lahedamana) esinemist (Stern, 2015:260). Samuti kirjeldasid autorid pettumust valmistavaid olukordi, kus ühe postituse järgi tegid lugejad järeldusi kogu nende isiksuse kohta (Stern, 2008:111).

Interneti- ja päriselu identiteedi erinevust on uuritud ka psühholoogias. Barghi, McKenna ja Fitzsimonsi 2006. aasta uurimuses leiti, et näost-näku suhtluses ja internetisuhtluses avavad inimesed oma identiteeti erineval viisil. Kui näost-näku vestluses käituvad inimesed oma „tegeliku mina“ (i.e. *actual self*) järgi ehk kohanevad mõnel määral sotsiaalsete normidega, siis internetis avaldavad nad oma „päris mina“ ehk sellise identiteedi, mille moodi inimene tegelikult olla ihkab. Päris-mina ehk *true self* peetakse ka identiteedi täpsemaks representatsiooniks (Treymayne, 2007:85).

Enamik nimetatud teoreetikuid eristab niisiis virtuaal- ja pärisidentiteedi, kaldudes pigem suunda, mille järgi on üks teise lihtvõtte variant (Blinka, 2012; Bullingham ja Vasconcelos, 2013; Stern, 2008). Siiski pole veel üleliia palju tõendeid, kui palju need kaks teineteisest erinevad ning kas üks kahest on identiteetidest see „õigem“. Blogi-identiteet võib olla lihtsalt ka eneseturunduslik kuvand, et oma toodet ehk blogi paremini müüa.

Mitmed uuringud on uurinud päriselu- ehk *offline*-identiteedi tähtsust selle juures, kuidas inimene blogi kirjutades käitub. On leitud, et kõige omasem tunnusjoon blogijatele on avatus (Guadagno jt, 2007, Oberlander ja Nowson, 2006, Fullwood jt, 2015:1587 kaudu), mis on omakorda seotud loovuse ja kujutlusvõimega (Liao jt, 2011, Trammell jt, 2006, Fullwood jt, 2015:1587 kaudu). Samuti on blogijate seas palju neurootikute isiksusgrupi esindajaid, (Guadagno jt, 2007, Fullwood jt, 2015:1587 kaudu), eeldatavasti seepärast, et neurootilised inimesed kasutavad just blogimist ja teistega suhtlemist ühe viisina üksildustunde vähendamiseks (Fullwood jt, 2015:1587).

Eelmises alapeatükis toodud blogimise põhjused (Cenite, 2009; Sepp jt, 2011; Fullwood jt, 2015) on isiksusega tugevalt seoses. Emotsioonide väljendamine innustab Fullwoodi (2015:1593) sõnul üldiselt neid blogijaid, keda motiveerib vajadus oma arvamust jagada ja frustratsiooni väljendada; need, keda motiveerib sotsiaalne suhtlus, kasutavad blogisid aga uute tutvuste leidmiseks. Valikuline eneseavamine eeldab, et autor tahab oma elu vaid teatud osades jagada ning postitada eeskätt positiivset infot, mis looks temast soovitud mulje

(Fullwood jt, 2015:1593).

Kui jätta välja eelmainitud turunduslik aspekt, on blogilugejatel teisigi põhjuseid enda tegelikku mina moondada ja muljet kujundada. Rettbergi sõnul kasutatakse blogis nn filtreid ehk jäetakse mingid sündmused või isiksusjooned varju, distantseerides sellega loodava kuvandi meie enda tegelikust olemusest (Rettberg, 2014:26). See annab suurema vabaduse luua sisu, eeldamata sealjuures, et see omistatakse automaatselt blogi autoriks olevale reaalsele isikule. Sepp koos kolleegidega leidis, et blogijad saavutavad soovitud kuvandi, rõhutades oma kompetentsust ja jättes blogist välja info, mis teeks nad lugejate silmis vähem tõsiseltvõetavaks (Sepp jt, 2011:1495). Seega on oluline ka soov olla tõsiselt võetud.

Eraldi on blogiautorite isiksusomadusi uuritud soo kontekstis. Kuna selle bakalaureusetöö töö valim koosneb vaid naisautoritega blogidest, on huvitav vaadata ka neid tulemusi. Cheni (2012:177) sõnul võtavad naised, kes blogivad eneseavamise eesmärgil, blogimist kui vaba kõlapinda oma arvamuse jaoks, suhtlus teistega või mõjukus blogiedetabelites ei ole nende jaoks tähtis. Teiseks levinud blogimise põhjuseks on igatsus kuuluvustunde järele (Chen, 2012:178).

See, kuidas blogija end esitleb ja millise identiteedi endale veebis loob, mõjutab seda, kuidas teised teda tajuvad ja seeläbi tasusid, mida blogija saab (Sepp jt, 2011). Nagu eelnevalt välja toodud, ei ole virtuaalidentiteeti uurinud teadlased kindlad, mil määral on päris- ja virtuaalidentiteet seotud: kas need on kaks põimunud identiteeti, kaks eraldiseisvat identiteeti või üks ja sama. Küll on aga teada, et väärtused on oluline osa isiksusest, sest need peegeldavad seda, mis inimesele kõige tähtsam on (Rokeach, 1973:5, 7-8). Seega võivad eraldiseisvad väärtused kaasas käia ka blogi-isiksusega, juhul, kui see blogija päris-isiksusest erinev on.

On teada, et väärtused on oluline osa isiksusest, sest peegeldavad seda, mis inimesele kõige tähtsam on (Schwartz, 2012:1). Võttes arvesse, et ühes blogis võivad kokku saada kaks identiteeti, on tähtis teada, et mõlema identiteediga käivad kaasa ka oma väärtused. Selle töö eesmärk ongi leida, milliseid väärtused loodavate blogi-identiteetidega kaasnevad ning ühtegi järeldust blogija päris-isiksuse kohta sellega seondult ei tehta.

1.1.4 Blogimaastik Eestis ja mujal maailmas

Eesti suurimas ning vanimas, 2007. aastal loodud blogikataloogis blog.tr.ee-s on 2016. aasta

aprilli seisuga registreeritud blogisid 8466 (Blog.tr.ee: Blogikataloog). Aastal 2013 loodud blogikeskkond eestiblogid.ee koondab endas 1248 blogi, aasta tagasi oli see arv 900 (Eestiblogid: Blogid). Facebooki grupiga Eesti Blogijad on liitunud 1925 inimest (Eesti Blogijad Facebooki leht). Et Eesti kontekstis puudub aga usaldusväärne, mittemõjutatav blogikataloog ning selleteemalised laia haardega uuringud, ei anna ükski neist lõplikku ning usaldusväärset olukorda blogituru hetkeseisu kohta. Eesti blogimaastiku kaardistamisega, peamiselt turunduskommunikatsiooni eesmärkidel, on seni peamiselt tegelenud kommunikatsiooniagentuurid. Kommunikatsioonibüroo JLP viis 2014. aastal läbi 198 blogijat hõlmava uuringu, kus leiti muuhulgas, et Eesti blogijate keskmine vanus on 29 ja 82% neist on naised (Eesti esimene blogimaastiku uuring, 2014).

Laias maailmas on blogimine ääretult populaarne: iga 13 sekundiga kirjutatakse maailmas juurde ligi 1000 blogipostitust (Worldometers: Blog Posts Written Today, 2016). Kolm levinuimat ülemaailmset blogiplatvormi on Blogger, Wordpress, Tumblr, lisaks neile eksisteerib ka hulk platvorme, mida kasutatakse regiooniti. Wordpress avaldas viimati oma statistika 2014 aasta lõpus, mil seal oli registreeritud üle 76,5 miljoni lehe (By the Numbers: 25 Amazing..., 2016). Bloggeri statistikat avalikkusele avaldatud ei ole. Venemaal on populaarseim blogiplatvorm LiveJournal, mida kasutab 80% Venemaa sajast loetuimast blogijast. Kokku majutab LiveJournal üle 50 miljoni blogi (Livejournal: About..., 2016). Populaarseimal blogimajutuskeskkonnas Tumblris oli 2013. aasta kevadel 100 miljonit blogi (Schroeder, 2013) ja 2016. aasta kevadel 291,5 miljonit blogi (Tumblri kodulehekülg, 2016), võib blogide kasvu pidada hüppeliseks nii Eestis kui maailmas üldiselt.

Kuigi blogide arv peegeldab juba iseenesest selle meediavormi olulisust ja turu nõudmisi, on tähtis vaadata ka blogilugemise statistikat. Wordpressi keskkonda külastab igakuiselt üle 409 miljoni lugeja, kes jätavad sinna igas kuus 49 miljonit kommentaari (Wordpress: A Live Look at Activity). Ülipopulaarne on blogimine Skandinaavias: Norra populaarsemate blogide autorid on noored naised ja neil on suurem lugejaskond kui enamikul Norra ajalehtedel (Rettberg, 2014:18). Selle bakalaureusetöö valimisse kuuluvat populaarseimat isiklikku blogi külastatakse ühes kuus statistikaportaali similarweb.com veebruari andmeil 167 300 korda, ülejäänud valimi blogisid vahemikus 54 000 kuni 16 800 korda kuus. Võrdluseks võib tuua Eesti populaarsemad kord nädalas ilmuvad ajakirjad: Naistelehe lugejate arv on 74 000 ning Kroonikal 68 000 (Ajakirjade kirjastuse kodulehekülg: Reklaam). Blogid on seega

ülipopulaarsed nii kogu maailmas kui ka Eestis ja nende arv ning loetavus üha kasvamas.

1.2 Väärtused uurimisobjektina

Väärtused, nagu eelnevates peatükkides toodud uurimustest selgunud on, peegelduvad näiteks selles, milliseid eetilisi aspekte blogijad oluliseks peavad (Cenite, 2009). Hennoste (2003:228) hinnangul on üheks meie väärtuste kujundajaks keel: tema sõnul toodab ja kujundab keelekasutus teadmisi, uskumusi ja väärtusi, rühmadevahelisi suhteid ja rolle ning sotsiaalseid identiteete. Fairclough' (2001) teooria kohaselt peidab tekst endas kolme sorti väärtuseid: kogemuslikke, suhte- ja väljendusväärtusi. Kogemuslikud väärtused tähendavad teadmisi ja uskumusi, suhteväärtused sotsiaalseid suhteid, mis teksti kaudu diskursusesse on peidetud ning väljendusväärtused hinnangut reaalsusele, mis räägitavaga suhestub (Fairclough, 2001:93). Väärtused, mis on väljendavad isiksuse jaoks kõige olulisemat (Schwartz, 2012:1), peaksid seega peituma ka blogitekstides. Kui võtta arvesse eeltoodut, mille kohaselt on blogi ülipopulaarsed ja inimesed usaldavad neid meediaväljaannetest enam, on tähtis uurida, millised on need väärtused, mida keel ja tekst veebipäevikutes loovad ja edasi annavad.

Ühe tähtsaima väärtuste uurija, sotsiaalpsühholoog Milton Rokeachi sõnul on väärtus kestev uskumus, et teatud käitumisviis või lõppsiht on võrreldes mõne teise viisi või lõppsihiga eelistatum (Rokeach, 1973:5). Väärtused on mitmekülgsed standardid, mis juhivad meie käitumist erinevatel viisidel: need panevad meid valima pooli vaidluses, eelistama mingit poliitikut või religiooni, kujundavad teiste silmis meie imagot ja aitavad meil teisi või endid kiita ja laita (Rokeach, 1973:13). Ühtlasi peetakse väärtusi transformatsioonideks meie vajadustest. Schwartz ja Bardi kohaselt (Hitlin ja Allyn, 2004:379 kaudu) on väärtuste kujunemine ja muutus adaptiivne protsess, mis kohandab inimese väärtused sotsiaalsetele tingimustega, kompenseerides sealjuures puudusi (nt väärtusi seotud turvalisuse ja materiaalse heaoluga).

Väärtused võivad Rokeachi (1973:3) sõnul tuleneda kultuurist, ühiskonnast ning iseloomust. Tänapäevases psühholoogias usutakse, et kõigil inimestel maailmas on samad väärtused, mis avalduvad erinevatel tugevustel ning üldist väärtuste arvu inimese kohta peetakse pigem väikseks (Rokeach, 1973:3).

1.2.1 Teoreetilised väärtussüsteemid

Väärtusi on ühe variandina võimalik vaadelda ühiskonnaarengu etappidest lähtuvalt. Ingleharti ja Bakeri (2000) sõnul soodustab majanduslik areng sekulaarseid ja eneseväljenduslikke väärtusi, samas kui majanduskriis lükkab väärtused teises suunas. Endised kommunistlikud ühiskonnad jagunevad Ingleharti ja Bakeri (2000) teoorias kahte gruppi: need, kes kogesid majanduslikku ja sotsiaalset kriisi ja need, kes läksid edukalt üle turumajandusele. Eesti koos teiste endiste nõukogude riikidega läbis majanduskriisi 1990ndatel ning liikus seega edasi ellujäämisväärtuste suunas (Inglehart ja Baker, 2000:41). Arenemine industriaalühiskonnaks saamine on seotud eemaleliikumisega traditsioonilistest väärtustest, postindustriaalseks ühiskonnaks muutumine aga eemaldumisega absoluutsetest normidest ja väärtustest, liikudes ratsionaalsete, tolerantsete ja usaldavate postindustriaalsete väärtuste poole (Inglehart ja Baker, 2000:49). Majanduslikku arengut on seostatud ratsionaalsete, tolerantsete ja osalemist soodustavate väärtustega (Hitlin ja Allyn, 2004:378).

Rokeach läheneb väärtustele, jagades need kaheks: instrumentaalväärtusteks ehk käitumisviisideks ja terminaalväärtusteks ehk lõppsihtideks (Rokeach, 1973:7-8). Terminaalväärtusi on tema 1973. aasta käsitluse järgi 18, nende saavutamiseks vajalikke instrumentaalväärtusi samuti 18 (vt Tabel 1) (Rokeach, 1973:28).

Rokeachi (1973) sõnul jagunevad terminaalväärtused personaalseteks ja sotsiaalseteks väärtusteks: personaalsed väärtused on enesekesksed, sotsiaalsed väärtused aga ühiskonnakesksed. Kollektivistlikus kultuuris eeldatakse näiteks, et inimene keskendub peamiselt sotsiaalsetele terminaalväärtustele, hülgamata sealjuures personaalseid (Erez ja Earley, 1993:48). Personaalsed väärtused on näiteks nauding, põnev elu ja sisemine tasakaal, sotsiaalsed väärtused küps armastus, rahu kogu maailmas ja võrdsus (Rokeach, 1973).

Instrumentaalväärtused (Rokeach, 1973) jagunevad moraalseteks väärtusteks ja kompetentsiväärtusteks. Kui moraalset väärtust tegelevad inimestevaheliste suhetega ning nende rikkumine tekitab süütunnet, siis kompetentsiväärtused on igaühe isiklikud ning neis põrudes tunneb inimene häbi: moraalne väärtus võib olla näiteks ausus, kompetentsiväärtus aga intelligentsus (Rokeach, 1973:7-8). Seega räägivad nii terminaal- kui personaalväärtused meile seda, kas inimene seab esile enda või enda suhted teistega ning kuidas ta oma väärtustega enda elukeskkonnaks olevasse ühiskonda sobitub.

Tabel 1. Rokeachi terminaali- ja instrumentaalväärtused jagatuna sotsiaalseteks (S), personaalseteks (P), kompetentsi- (K) ja moraali väärtusteks (M)

	Terminaali väärtus	Instrumentaalväärtus
1	Elutarkus (P)	Abivalmis (M)
2	Eneseteostus (P)	Andestav (M)
3	Eneseaustus (P)	Armastav (M)
4	Küps armastus (S)	Aus (M)
5	Lunastus e igavene elu (P)	Edasipüüdlik (K)
6	Mugav elu (P)	Julge (K)
7	Nauding (P)	Korralik (K)
8	Perekonna turvalisus (S)	Kujutlusvõimeline (K)
9	Põnev elu (P)	Kuulekas (M)
10	Rahu kogu maailmas (S)	Loogiline (K)
11	Rahvuslik julgeolek (S)	Rõõmsameelne (K)
12	Sisemine tasakaal (P)	Salliv (M)
13	Sotsiaalne tunnustus(S)	Sõltumatu (M)
14	Tõeline sõprus (S)	Tasakaalukas (K)
15	Vabadus (S)	Vaimne (K)
16	Võrdsus(S)	Vastutustundlik (M)
17	Õnn (P)	Viisakas (M)
18	Ümbritsev ilu (S)	Võimekas (K)

Allikas: Rokeach, 1973:28

Terminaali väärtuste ja instrumentaalväärtuste arv ei pruugi olla korrelatsioonis, küll aga on nende vahel funktsionaalne seos (Rokeach, 1973:7-8). Kõige suuremas korrelatsioonis on nauding ja mugav elu, armastav ja küps armastus, viisakas ja kuulekas, rahvuslik julgeolek ja rahu kogu maailmas, andestav ja lunastus e igavene elu, korralik ja mugav elu, loogiline ja tasakaalukas. kujutlusvõimeline ja põnev elu, nauding ja põnev elu. ning abivalmis ja

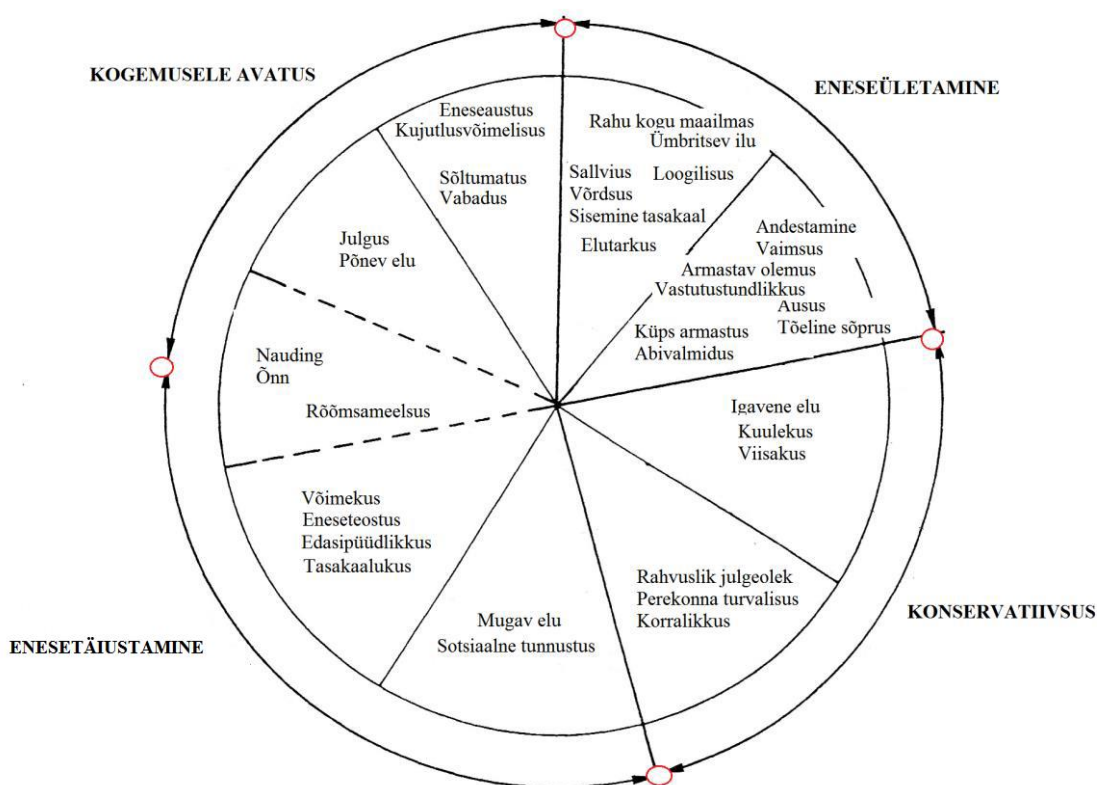
andestav (Rokeach, 1973:44).

Võttes markeriteks Rokeachi 36 väärtuskategooriat (Gau, 2007:46), töötas oma väärtussüsteemi välja ka Shalom H. Schwartz, keda peetakse teiseks tähtsaimaks väärtuste uurijaks sotsiaalpsühholoogias. Schwartzi (Gau, 2007:46 kaudu) hinnangul on väärtused tegevused, milleta inimene ellu ei jää ning seotud seega eeskätt kognitiivse komponendiga. Aastakümnete pikkune töö tudengitega tõi Schwartzile kümme põhiväärtust, milleks on enesemääratlemine, avastamine, stimulatsioon, hedonism, saavutus, võim, turvalisus, mugandumus, traditsioon, heasoovlikkus ja kõikehõlmavus (Gau, 2007:46).

Need kümme väärtuse tüüpi moodustavad nn kahedimensionaalse isikuomaduste ruumi, kus vastanduvad konservatiivsus (turvalisus, traditsioon ja mugandumus) ja avatus kogemusele (hedonism, stimulatsioon ja enesemääratlemine) ning eneseületamine (heasoovlikkus ja universalism) ja enesetäiustamine (hedonism, võim ja saavutamine) (Schwartz, 2012:8). Dimensioonide nimetused annavad Schwartzi (2012) sõnul aimu motivatsioonidest, mida sinna alla kuuluvate väärtustega saavutada püütakse. Ringmudel ei vastanda sealjuures võrdseid kategooriaid: sektoreid on sellel üheksa, mitte kümme, nagu väärtuskategooriaid, sest traditsioon ja mugandumus paigutuvad ühele, muutes konservatiivsuse osa nõ visuaalselt väiksemaks. Enesetäiustamise ja kogemusele avatuse dimensioonid on aga kohati kattuvad, sest hedonismi väärtused on esindatud mõlemas.

Enesetäiustamise dimensioon rõhutab Schwartzi (2012:8) sõnul püüdlust isikliku staatuse ja edu poole, eneseületamine puudutab aga teiste heaolu esileseadmist. Kogemusele avatuse dimensioon keskendub iseseisvusele ja muutusteks valmisolekule, konservatiivsus aga korrale, enese piiramisele, mineviku säilitamisele ja muutustele vastu seismisele (Schwartz, 2012:8).

Samad motivatsioonidimensioonid kehtivad ka Rokeachi väärtusele, st kõik 36 väärtust on ringmudelile võimalik sama süsteemi järgi asetada (vt Joonis 1). Sealjuures on enamik Rokeachi väärtusi detailsemal Rokeachi loodud joonisel (Aavik, 2013) juba olemas, puuduvad vaid õnn, igavene elu ehk lunastus, loogilisus ja rõõmsameelsus.



Joonis 1. Schwartzi väärtuste ringmudel kohandatud Rokeachi väärtustele (Algllikas: Aavik, 2013)

Nagu eelnevalt öeldud, jagab Rokeach oma väärtused terminaal- ja instrumentaälväärtusteks ning need omakorda personaal- ja sotsiaal- ning moraali- ja kompetentsiväärtusteks, näidates sellega, millised on väärtuste suhte- ja eesmärgiomadused. Schwartzi-Rokeachi ringmudel jagab väärtused aga konservatiivseteks ja kogemusele avatuteks ning enesetäiustamist ja eneseületamist väljendavaks, mis näitavad samuti sotsiaalseid suhteid, aga ka valmisolekut muutusteks ja uuendusteks.

1.2.2 Väärtusuuringute tulemused

Rokeach lõi enda 36-osaline väärtussüsteemi eesmärgiga kasutada seda küsitlusena, kus vastaja peab nii 18 instrumentaal- kui ka terminaalväärtust tähtsuse järjekorda seadma (Rokeach, 1979:299). Autor proovib selles bakalaureusetöös rakendada sama nimekirja väärtuste hindamiseks kellegi teise loodud tekstis ilma teksti autori enda hinnangut küsimata.

Rokeachi enda algne uurimus sisaldas valimeid USAst aastatel 1968 ja 1971 ning Hiinast

(Rokeach, 1979:133). Kollektivistlikuks kultuuriruumiks peetavat Hiinat ja individualistlikusse suunda kalduvat USAd eristavad erinevad väärtusprioriteedid. Kui USA puhul on mõlemal aastal olnud näiteks tähtsamad instrumentaalsed väärtused ausus, edasipüüdlikkus ja vastutustundlikkus, siis Hiinas on kõige olulisemateks valitud rõõmsameelsus, viisakus ja sõltumatus (Rokeach, 1979:133).

Eraldi on tegeletud ka vaid eestlaste väärtuste uurimistega – seda Mina.Maailm.Meedia uuringute kontekstis (vt Tabel 2). Uuringus kasutatud 25 Rokeachi väärtusindikaatorit võib vaadelda Schwartzi süsteemi n-ö vähendatud mudelina (Kalmus ja Vihalemm, 2016:2) ning seega erinevad ka nimetused. Kalmuse ja Vihalemma uuringu (2016) pingerea järgi väärtustavad eestlased samuti enim tervist, rahu maailmas ja tugevat perekonda, kõige vähem aga võimu, lunastust ehk igavest elu ja ühiskondlikku tunnustust.

Tabel 2. Eestlastele kõige enam ja vähem tähtsad väärtused Mina.Maailm.Meedia uuringu andmetel

Väärtuse koht edetabelis	2002	2014
1	Tervis	Tervis
2	Tugev perekond	Rahu maailmas
3	Rahu maailmas	Tugev perekond
4	Puhas keskkond	Riigi julgeolek
5	Õnn	Õnn
6	Riigi julgeolek	Puhas keskkond
7	Tõeline sõprus	Tõeline sõprus
...		
23	Ühiskondlik tunnustus	Ühiskondlik tunnustus
24	Lunastus	Lunastus

25	Võimu omamine	Võimu omamine
----	---------------	---------------

1.3 Varasemad blogi- ja väärtusteemalised uuringud

Blogide teemal on Eestis seni uurimustöid kirjutatud üsna vähe. Sellele tööle ehk kõige sarnasemat meetodit on kasutanud Kärt Rebane, kes kaitses Tartu Ülikoolis 2015. aastal magistritöö pealkirjaga „Väärtused Eesti Päevalehes ja Postimehes 1990-2014“. Oma töös kombineeris Rebane (2015) Lasswelli väärtussõnastiku, Rokeachi väärtused, Schwartzi väärtuskategooriad ja Ingleharti väärtusdimensioonid, luues summeeriva kvalitatiivse sisuanalüüsi meetodi, milles esines kokku 112 kategooriat.

Väärtusi on ajakirjandusega seondult uuritud veel ka töös „Väärtusorientatsioonid keskkonnaküsimuste kajastamisel Eesti Päevalehes ja Postimehes 1995-2010“, mille autoriks on Erki Helemäe ning Ave Lillemäe oma töös „Väärtused Eesti Ekspressi reklaamides“. Faktoranalüüsi meetodil uuriti väärtusi ka magistritöös „Teleauditooriumi jagunemine vaatajahuvide, elulaadi ja väärtuste alusel“.

Aastal 2011 kaitses Kadri Mets Tartu Ülikoolis bakalaureusekraadi tööga „Väärtushinnangud Eesti noorte moeblogijate seas“, kus uuris tarbimiskultuuri ning blogijate postitustes avalduvaid väärtusi tõlgendusrepertuaaride analüüsi ja Norman Fairclough' kriitilise diskursusanalüüsi kaudu. Tööst selgus, et moeblogijate tekstides esines väärtusena kõige enam moodi ja ilu, üsna suure vahega järgnesid sellele loomingulisuse, meeldiva elu, eneseteostuse ning materiaalse kindlustatuse ja rahulolu väärtustamine. Kõrvalväärtustena kerkisid tihti esile kallid inimesed, rahaline kokkuhoidlikkus, loodusest hoolimine ja korraarmastus. Tõlgendusrepertuaaride analüüsi põhjal eristas autor kolme repertuaari: tõeline moeblogija hindab moodi ja kummardab ilu; ambitsioonikus ja intelligentsus on edu aluseks; meeldiv elu pakub inspiratsiooni, uusi kogemusi ning on probleemidevaba (Mets, 2011:48).

Blogi- ja väärtusteemalisi töid on kirjutatud ka blogivate poliitikute teemal. Aastal 2014 kaitses Laura Remmel magistritöö „Poliitiku integriteedi kujunemisest võrguajastul (blogivate riigikogulaste näitel)“, kus uuris muuhulgas, milliseid võimalusi ja väljakutseid näevad Eesti noorema põlvkonna poliitikud blogimises, millest ja kuidas kirjutavad poliitikud

oma blogides ning kuivõrd tuleb poliitikute blogitekstides esile väärtuspõhine integriteet (Remmel, 2014:21).

Aastal 2008. kaitses Triin Tammert bakalaureusekraadi Tartu Ülikoolis tööga „Isiklikud blogid Eestis“, kus uuris kontentanalüüsi kasutades, mis teemadel kirjutatakse eestlaste isiklikes blogides enim. Autor leidis, et kõige rohkem kirjutatakse teemadel eneseanalüüs, olme, igapäevakroonika, negatiivne emotsioon ning ühiskond (Tammert, 2008:47).

2. UURIMISKÜSIMUSED

Autori bakalaureusetöö lähtub sotsiaalkonstruktivistlikust lähenemisest, mille eelduseks on, et tähtis on inimese enda kogetu ning uurida tuleb seda igapäevakogemust, mis meie teadvust loob – sel põhjusel on töö peateemaks valitud blogid, osa tuhandete eestlaste argipäevast. Võttes aluseks, et tekstiloome kujundab muuhulgas ka väärtusi, uurib autor selles töös küsimust, milliseid väärtusi populaarseimate blogide sisu endas oma tuhandete lugejate teadvusesse võib kanda ning millistest omadustest need väärtused üldpildis meile räägivad.

Teoreetilisest raamistikust lähtudes on selle töö peamisteks uurimisprobleemiks, millised väärtused domineerivad Eesti populaarsemates isiklikes blogides üldiselt ning kus paiknevad need enesetäiustamise-enešületamise ning konservatiivsuse-kogemusele avatuse dimensioonides.

Mõlema küsimuse eelduseks on, et väärtusi on võimalik tekstianalüüsi põhjal välja selgitada. Sellele sai autor kinnitust oma seminaritöös, kus leidis kvalitatiivse sisuanalüüsi abil, et tekstist väärtuste leidmiseks on lihtsaim ja täpsem Rokeachi süsteem ning töötas selle põhjal välja bakalaureusetöök sobiva kodeerimisjuhendi. Kontentanalüüsi näol on tegu analüüsiviisiga, kus tekstides sisalduv teave fikseeritakse ning süstematiseeritakse märksõnade ehk koodide alla. Kodeerimise käigus saavad teatud tekstiosad kokkuleppelised nimetused, mis hõlbustab terviku süstematiseerimist. Lausete mitmetähenduslikkuse tõttu ei pruugi üks sõna anda vaid üht liiki infot (Vihalemm), mis tähendab nii seda, et üks sõna või lause võib väljendada mitut väärtust, kui ka seda, et sõna võib edastada infot nii eksplitsiitselt kui ka implitsiitselt.

Kvalitatiivne sisuanalüüs tähendas seminaritöö kontekstis seda, et esmalt võttis autor blogitekstid osadeks ning seletas iga väärtuskategooria blogist leitud näitelausega lahti. Kui kategooriad olid sisuliselt defineeritud, jätkas autor väikesemahulise kodeerimisega.

Seminaritöös selgus, et tekstist väärtuste leidmiseks sobivad paremini Rokeachi väärtusskaalad. Põhjuseks väärtuste suurem hulk, mis teeb kodeerimise täpsemaks ja lihtsamaks, sest iga väärtus on konkreetset defineeritud ja seeläbi on teda kergem ära tunda kui väärtuste grupi alla liigitades, ning jagunemine instrumentaal- ja terminaalväärtusteks, mis lubab blogipostituses esinevaid väärtusi paremini mõista, sest teame nende eesmärki.

Bakalaureusetöö eesmärgiks on leida, millised väärtused esinevad viite blogi koos vaadeldes enim, millistele motivatsioonidimensioonidele kuuluvad need väärtused ja millised tegelased, sündmused ja teemad missuguste väärtustega koos esinevad.

Bakalaureusetöös otsib autor vastust järgnevatele küsimustele:

- 1. Millised väärtused domineerivad Eesti populaarsemates isiklikes blogides?**
- 2. Millistele Schwartzi ringmudeli motivatsioonidimensioonidele (ennastupitav-ennastületav; konservatiivne-kogemusele avatud) domineerivad väärtused asetuvad?**
- 3. Millised väärtused esinevad koos missuguste tegelaste, sündmuste ja teemadega?**
- 4. Kas mikrokuulsusteks peetavate blogijate veebipäevikutes esinevad väärtused mõjuvad hoolikalt konstrueeritute või autentsetena?**

3. METODOLOOGIA

3.1 Valim

Bakalaureusetöö raames läbi viidud uuringu valimisse valis autor viis Eestis praegusel hetkel kõige populaarsemat isiklikku blogi ning igast neist omakorda kümme blogipostitust. Viite blogi vaatles autor kui ühte valimit ega keskendunud blogide võrdlusele, sest individuaalsed valimid on selleks liialt väikesed.

Ühtset blogikataloogi ega populaarsusjärjestust ei paku ükski teooria peatükis välja toodud Eesti blogide haldamissüsteem, seega kasutab autor võimalikult usaldusväärse valimi loomiseks veebilehekülgede statistikat koguvat ja võrdlevat veebikeskkonda similarweb.com. Seminaritöös kasutatud meetod, blogide Facebooki lehtede meeldimiste arvu järgi populaarsusjärjestuse koostamine, ei võrdle blogisid võrdsetel alustel – Facebooki lehe meeldimiste arv sõltub nii esmalt selle olemasolust, sellele blogija poolt tehtavast reklaamist, blogilugejate soovist end avalikult nõ fänniks märkida kui ka lugejaskonnast, kes ei pruugi Facebooki keskkonda kasutada.

Lumepalli meetodit kasutades külastas autor populaarsete blogide internetilehekülgi ning vaatas läbi blogi küljeribal asuvad teised Eesti blogid, mida autor on soovitanud, nendes jälle omakorda nende soovitusel jne. Lisaks sellele töötas autor läbi kõigi Eesti blogikataloogide edetabelid ning Eesti Blogiauhinnad 2015 võistluses kõigi kategooriate esikümnesse jõudnud blogid (Bestblog.ee kodulehekülg: EBA 2015 Tulemused). Viimaks kasutas autor Google'i otsingut sõnadega “blogi” “Eesti blogi” “populaarne blogi”, et leida vasted, mis teises kahes meediumis märkamata võivad jääda. Blogi populaarsust hindab autor järgi, kui suur on keskkonna similarweb.com andmete kohaselt blogi 2016. aasta veebruarikuu külastuste arv. Kõige suurema loetavusega viis blogi kuuluvad seejärel selle blogi valimisse. Selleks, et valimisse kuuluvate blogide postitused oleks väärtusskaala järgi hinnatavad, kasutab autor valimi koostamisel järgneva kitsendusi.

Blogil peab olema üks kindel põhiautor, kes loob enamuse blogi sisust – et valimisse võetav postitus oleks representatiivne blogi üldise väärtusskaala osas, ei saa blogil olla mitu autorit, nagu blogil memokraat.ee, kus on erinev autor pea igal postitusel. Blogi autor ei tohi olla avaliku elu tegelane (v.a. juhul, kui autor on tänu oma blogile tuntuks saanud) ega poliitik. Blogi autori kõik postitused peavad olema kirjutatud eesti keeles, lisanduseks võib olla ka

inglise või vene keel, aga see ei tohi esineda ainsana. Vähemalt pooled vaadeldava kalendrikuu postitustest peavad olema isiklikku laadi ehk rääkima autori isikliku eluga seonduvatest arvamustest ja kogemustest. Samuti peab blogi autor olema teinud blogisse sissekandeid viimase 15 päeva jooksul,

Eelnevaid tingimusi arvesse võttes on autori valimisse kuuluvad Eesti loetumad isiklikud blogid järgnevad. Kõik valimi blogid jõudsid 2015. aasta Eesti Blogiauhindade võistlusel enda kategoorias esikümnesse ning kõigi nende autoriteks on naissoost isikud. Uurijaetikast lähtuvalt on blogiautorite nimed jäetud anonüümseks ning esitatud tähtedega.

1. Blogi, millel oli 2016. aasta veebruaris 167 300 külastust, tähis A
2. Blogi, millel oli 2016. aasta veebruaris 54 000 külastust, tähis B
3. Blogi, millel oli 2016. aasta veebruaris 36 400 külastust, tähis C
4. Blogi, millel oli 2016. aasta veebruaris 22 500 külastust, tähis D
5. Blogi, millel oli 2016. aasta veebruaris 16 800 külastust, tähis E

Selleks, et leida valimisse igast valitud blogist omakorda analüüsimiseks sobivad blogipostitused, kasutan järgnevaid kitsendusi. Postitus ei tohi olla parooliga kaitstud. Vaadeldava postituse sisu ei tohi olla reklaam, toote- või teenusetutvustus ega kingiloos. Postituse autor peab olema blogi autor ise, tegemist ei tohi olla lugejakirja ega külalispostitusega. Postituse tekstiosa pikkus peab analüüsiks ja üldistuste tegemiseks jääma vahemikku 1000-7000 tähemärki. Kui kõik eelnevad kriteeriumid on täidetud, kuuluvad valimisse 10 vaadeldaval kuul kõige enam kommentaare saanud postitust, st neis esineb kõige suurem tõenäoline interaktsioon lugeja ja autori vahel ning kõige suurem tõenäoline huvi ja seega ka võimalikult suur väärtuste ülekandumine autorilt lugejale. Kokku kuulus valimisse 50 postitust.

Valimi moodustamiseks kasutasin 2016. aasta veebruarikuu postitusi. Sellele lisandusid ühe blogi puhul veebruaris piisavalt pikkade postituste puudumisest tingitult ka kolm 2016. aasta märtsikuu postitust. Kokku analüüsisin 160 postituse kommentaaride arvu ning seejärel populaarseimate sisu ja pikkust. Igast blogist sain eelnevate kitsenduste arvesse võtmisel kümme postitust, mis moodustavad kokku minu bakalaureusetöö valimi. Analüüsiühiku suurus on üks postitus.

3.2 Meetod

Elmises peatükis toodud bakalaureusetöö uurimisküsimustele vastamiseks kasutab autor peaaugjalikult seminaritöös välja arendatud meetodit, kus on kombineeritud kvalitatiivne sisuanalüüs ja standardiseeritud kontentanalüüs.

Kvalitatiivse sisuanalüüsi all mõistetakse Kalmuse, Masso ja Linno (2015) sõnul meetodit, mis rõhub teksti peamistele, arvatava vastuvõtu seisukohast olulistele tähendustele. Kvalitatiivne sisuanalüüs lubab kodeerida ka teksti autori vihjeid, kavatsusi ja eesmäärke ning mitmeste konnotatsioonide erinevaid tõlgendamisvõimalusi ning selle meetodi käigus püütakse enamasti saada ülevaade uuritavast tekstist tervikuna ning näha autori mõtteavalduste terviklikku mustrit (Kalmus, Masso ja Linno, 2015). Koode ja kategooriaid võib analüüsi käigus lisada ja muuta, ent esinemissagedustest olulisem on leida ja seostada niisugused koodid ja kategooriad, mis võtaks kokku uurimisküsimuste seisukohast olulised tähendused (Kalmus, Masso ja Linno, 2015). Kvalitatiivsele uurimusele on omane koguda teadmisi reaalses olukorras, liikuda üksikjuhult teooria suunas ning valida uurimisobjektid eesmärgipäraselt (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara, 2005:155).

Standardiseeritud kontentanalüüsi kasutatakse eksplitsiitse sisu kirjeldamiseks, mis tähendab, et analüüsitakse teksti sõnaselgelt väljendatud sisu, mitte aga ridade vahel olevat või mõistaantavat – sealjuures on tulemuseks märkide või märkide rühma ehk teksti omaduste esinemissagedused (Berelson, 1954: 489).

See töö kombineerib reaalses olukorras tekkinud ja eesmärgipäraselt valitud materjali põhjal nii selgelt kui kaudselt väljendatud väärtusi, saades tulemuseks nende esinemissagedused ning seostada neid omavahel moel, mis annaks vastused uurimisküsimustele.

Leidnud seminaritöös kõige hõlpsamat kodeerimist lubava süsteemi, kodeerib autor selles bakalaureusetöös oluliselt suurema arvu postitusi. See lubab teha üldistusi, analüüsida, milliseid väärtusi esitavad populaarsemad blogid üldiselt, millistesse motivatsioonidimensioonidesse need kuuluvad ning millised on seosed väärtuste, tegelaste, sündmuste ja teemade vahel, Kõik eelnimetatu võimaldab leida selle, milliseid väärtusi praegused populaarsemad blogid nende sisu tarbivates lugejates kujundada võivad.

Esmalt kodeerib autor bakalaureusetöös valminud kodeerimisjuhendi põhjal iga postituse

üldandmed, teemad, tegelased ja sündmused, seejärel väärtused instrumentaal- ja terminaalväärtuste kaategoorias ning need omakorda pea- ja kõrvalväärtuste kaategoorias.

Väärtus võib esineda eksplitsiitselt ehk selgelt väljendatuna, nagu väärtus küps armastus näites *“mina ei kavatse ma kunagi öelda, et tundeid peaks välja näitama iga päev, välismaiseid pühasid tähistamata. Kindlasti peaks! Aga tähelepanu võib oma kallimale pöörata ka muul ajal”* (D07) või implitsiitselt ehk kaudselt väljendatuna, nagu väärtus täiskasvanulik maailmamõistmine näites *“iga kord heidan ma õhtul voodisse lootusega, et olen sulle järgmisel päeval parem vanem”* (C03). Kodeerimisel eksplitsiitseid ja implitsiitseid väärtusi ei eristata.

Kodeerimistabeli esimene osa keskendub blogipostituste üldtunnustele: blogide andmed, kommentaaride arv, blogipostituse žanr, postituses esinevad teemad, postituses esinevad tegelased ja postituses esinevad sündmused. Žanri määratlesin lähtuvalt selle sisulisest olemusest – kas tegu on eeskätt kirjeldusega; arvamuse või arvustusega, millele on juurde lisatud ka kirjeldavaid näiteid; on see konstrueeritud lugejatele küsimuse esitamise ja nendelt arvamuse palumise eesmärgil või on tegu mõne teise blogija tõstatud teemale vastamisega. Postituse teemasid võis olla maksimaalselt kolm, seega lähtusin kirjutise sisu peamistest fookustest. Tegelasid tõin välja maksimaalselt kaks, jälgides mahuliselt, kellele keskendub tekst kõige enam. Üheks kaategooriaks olid spetsialist, kelle all on silmas peetud konkreetse eriala töötajaid, kellel on postituses oluline roll: juuksur, arst, apteeker, giid, lennujaamatöötaja jt.

Sündmuse tõin postitusest välja juhul, kui see oli postituses domineeriv, sisaldades sealjuures omakorda veel teisi teemasid (näiteks sündmus “reisimine” võib sisaldada teemasid, nagu raha, toit ja transport). Kvantitatiivsele uurimusele on iseloomulik andmete kogumine ja mõistete määratlemine, samuti katsealuste valimine. Kokku on selle alajaotuse tarbeks kodeerimistabelis 18 kaategooriat ehk koodi, millest kaheksa jaguneb ka alakategooriateks.

Kodeerimistabeli kaategooriad 19-36 koondavad enda alla Rokeachi terminaalväärtused ning kaategooriad 37-54 Rokeachi instrumentaalväärtused. Kõigil väärtuskaategooriatel on kaks alakategooriat: väärtuse esinemine põhiväärtusena ning väärtuse esinemine kõrvalväärtusena. Põhiväärtuste alla on liigitatud väärtused, mis korreleeruvad loo peamise mõtte või teema(de)ga, kõrvalväärtuste alla väärtused, mis seostuvad loos toodud näidete või

kõrvalteemadega või pole nende esinemise selgus niivõrd lihtsalt hoomatav. Pea- ja kõrvalväärtused on eristatud kodeerimise lihtsuse huvides, hilisemas analüüsis pea- ja kõrvalväärtusena esinemist ei eristata. Kõrval- ja peaväärtuste eristamine väärtuskodeerimises on sisuliselt näite abil lahti seletatud peatüki lõpus.

Kuna väärtuskodeerimise käigus toimub postitusest leitud hinnangulise väärtustega sõnade ja lausete kodeerimine juba olemasolevatesse Rokeachi väärtuskategooriatesse, on analüüs vaba ning keskendub peamiselt kogemuslike, väljenduslike ja suhteväärtuste võimalike viidete jaotumisele Rokeachi kategooriatesse.

Kategooriatel 1-10 on kas arvuline või tekstiline väärtus. Kategooriate 11-64 või nende alakategooriate esinemine postituses märgitakse kodeerimistabeli vastavas lahtris number ühega (1), väärtuse puudumine nulliga (0). Väärtuse mitteesinemine ei tähenda väärtuse negatiivset omadust või üleüldist puudumist, vaid selle mitteilmnemist konkreetsetes postituses. Väärtuse esinemine tekstis on märgitud kodeerimistabelisse vaid juhul, kui seda on võimalik konkreetse tekstikatkendiga tõestada.

Järgnevad näited iseloomustavad väärtuskodeerimise sisulist protsessi tekstikatkendite näitel, demonstreerides nii pea- kui kõrvalväärtuse kodeerimist.

1. Vabadus: sõltumatus, vaba valik otsustada – *väärtus, mida katkend esitab ja selle kirjeldus*

Esineb peamise väärtusena – väärtuse esinemise roll

“Osade sõnul ei tohiks retuuse tavapükste asemel kanda – käige põrgu, mul teisi pükse pole. Üksi olles panen retuusid selga pikkade pluusidega, kontoris ja spordiklubis lühikeste pluusidega.” – *tekstikatkend*

Viide mugavale elule esineb lauses, kus on kirjeldatud sõltumatust teiste inimeste arvamusest väljendiga “käige põrgu”. Vabadust ja valikut otsustada kinnitab sellele järgnev lause “Üksi olles panen retuusid selga pikakde pluusidega, kontoris ja spordiklubis lühikeste pluusidega.” Vabadus esineb peamise väärtusena, sest see on seotud ainsa postituses esineva teemaga. – *väärtuskodeerimise selgitus*

2. Vabadus: sõltumatus, vaba valik otsustada – *väärtus, mida katkend esitab, ja selle kirjeldus*

Esineb **kõrvalväärtusena** – *väärtuse* *esinemise* *roll*

“Tuleks kraamida – ma eriti ei viitsi. Äkki teen lapse uinaku ajal näiteks ühegi toa korda, sest sõbrad tulevad pärast siia!” – *tekstikatkend*

Viide vabadusele esineb lauses, kus autoril on võimalik iseseisvalt otsustada, kas soovib koristada või ei, vihjates selle võimalikule mittetegemisele osaga “äkki teen lapse uinaku ajal näiteks ühegi toa korda”. Vabadus esineb kõrvalväärtusena, sest on seotud ühega paljudest postituse teemadest. – *väärtuskodeerimise selgitus*

3.3 Uurijaetika järgimine blogide uurimisel

Isiklike blogisid uurides tuleb võtta arvesse seda, et kuigi tekst on uurimise hetkel internetis kättesaadav ning selles esinevad isikud tuvastatavad, ei pruugi blogijastaatus olla igavene. See tähendab, et ühel hetkel võib blogija soovida oma veebipäeviku sisu kustutada või selles esinevad isikuandmed eemaldada. Uurijaetikast rääkides kasutatakse inglisekeelset terminit “*beneficence*” (e.k. heategemine, õilsus), mida tõlgendatakse kui uuritavatele tehtava kahju vältimist ning selle tarbeks ettevaatusabinõude kasutamist. Belmonti eetikaraporti järgi (Stern, 2003:260 kaudu) tähendab nimetatud mõiste mitte ainult inimeste otsuste austamist ja nende kaitsmist kahjude eest, vaid ka nende olemasoleva heaolu kindlustamist.

Kui enne interneti tulekut kinnitasid sotsioloogid tihti, et nende töö puudutab üldjuhul vaid erialaajakirju, mis laia tähelepanu ei saa siis internetiajastul see väide enam tõene ei ole. (Markham, 2012:336). See tähendab, et info, mis oli varasemalt vabalt ja kiirelt kättesaadav vähestele, on nüüd igaühele leitav ning jääb alles paberkoopiast hoolimata.

Mis võib ühel hetkel tunduda ohutu, võib teisel hetkel tajutud või reaalselt kahju teha. Näiteks võib inimene enda Twitteri-säutse avalikkusega jagada, aga kui need kombineeritaks analüüsi tarbeks kokku ning asutaks neid uurima, võiks see sama inimene tunda, et talle on kahju tehtud (Markham, 2012:337). See võimendub juhul, kui analüüs on laialdaselt kättesaadav ja kõigile lugemiseks hõlpsasti leitav. Stern uuris oma 2015. aasta uuringus seda, kuivõrd kahetsevad alaealiselt internetti postitusi teinud noored tollal loodud sisu. Selgus, et avaldatut kahetseb ligi 40% vastajatest ning teiste hulgas nimetati põhjuseks negatiivseid väljaütlemisi (Stern, 2015:259), mis neile tulevikus halba valgust heidavad ning võtavad näiteks ära võimaluse leida tööd, saada kohta praktilal või teevad neile muul moel kahju (Stern, 2015:260). Kuigi kasutajad saavad aru, et internetis jagatud enesepresentatsioon on avalik, ei

lepi kõik kahjuga, mis selle infoga kaasa võib tulla (Markham, 2012:337). Seega võib blogi autor jagada veebipäevikus isiklikke piinlike detaile, ent siiski pettuda, kui keegi neid tema vastu ära kasutab.

Tingimus uuritavat kahju eest kaitsta kehtib ühtviisi kõigile, ent puudutab eriliselt lapsi, nii neid, kes ise sisu loovad kui ka neid, kelle kohta internetis infot avaldatakse. Neil on võrreldes täiskasvanutega vähem iseseisvust ning sõnaõigust, mistõttu vajavad nad erilist kaitset (Stern, 2003:260). Kui mõned meediateadlikud inimesed, näiteks mikrokuulsused, soovivad, et nende sõnu viidataks täpselt ja täies mahus, on ka neid, kes soovivad vastupidist (Markham, 2012:336). Seega tuleb eriliselt tähele panna, et uurija oma tööga, mis hiljem ka internetist kõigi jaoks leitav on, mingil moel uuritavaid ei kahjustaks – näiteks juhul, kui uuritav on materjali ise internetist eemaldanud või seda muutnud, ent töös leitavate viidete ja näidete kaudu on võimalik töö algallikas ja kirjutise algne kuju üles leida. See tähendab, et teadmata, mis on uuritava eelistus, tuleks kahju vältimise tagamiseks rakendada viitamist mõnel muul moel, näiteks fabritseerimise teel.

Selles töös kasutabki autor eetilistel kaalutlustel fabritseerimist. Selle all peetakse silmas silmas kombineerimist, vormimist ja elementide ümberjärjestamist tervikuks kindla eesmärgi nimel, mitte tõerääkimise vastandit (Markham, 2012:338). Olemasolevate andmete abil luuakse nn liitnäide. See tähendab, et andmetest võetakse välja representatiivsed elemendid ning luuakse neist uus materjal, mille abil pole võimalik algset infot tuvastada (Markham, 2012:342).

Selle bakalaureusetöö kontekstis järgitakse uurijaeetikat järgmiste põhimõtete alusel:

- Ühelegi valimi blogile pole viidatud nimeliselt ega lingiga
- Üheski näites ei sisaldu nimesid ega muid isikuandmeid
- Töös toodud näidetes on enamik sõnu asendatud sünonüümide või sarnase sisuga, jättes siiski alles algse lauseehituse, et anda põhjendatult edasi leitud väärtuste olemust, salvestamata sealjuures töösse konkreetse blogi sisu
- Töös toodud näidete internetist otsimine ei vii tagasi algallikaks olnud postituse juurde

4. TULEMUSED

Selles peatükis avab autor žanrite, teemade, tegelaste ja sündmuste kodeerimise ja väärtuskodeerimise tulemused, seosed üld- ja väärtuskategooriate vahel ning levinumate väärtuste kuuluvuse Schwartzi-Rokeachi ringmudelile.

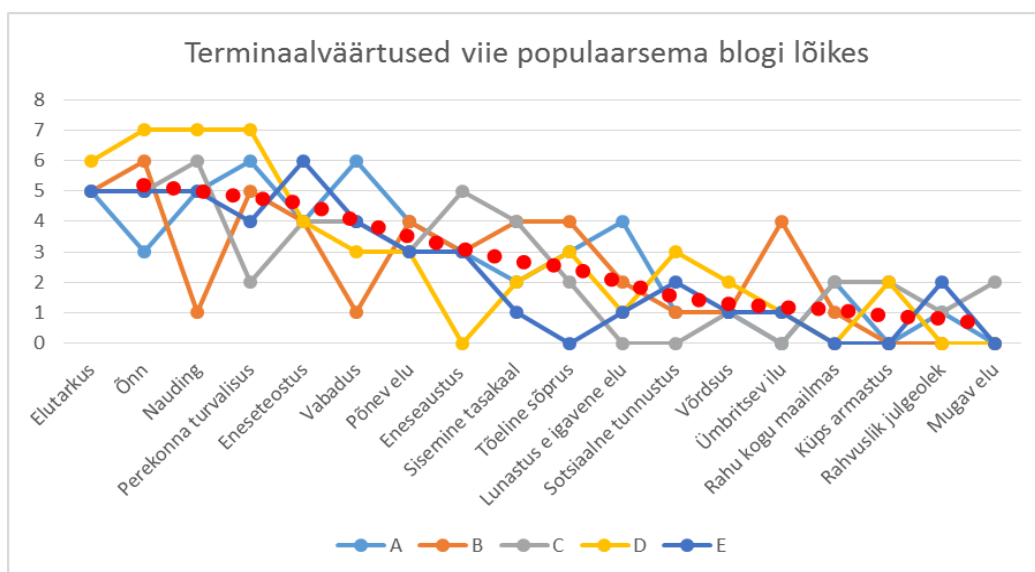
4.1 Väärtuskategooriad blogides

Postitustest oli võimalik väärtusi välja kodeerida kokku 479 korral. Enamik blogides esinenud populaarseid väärtusi asetus kas enesetäiustamise või kogemusele avatuse dimensioonile. Eristusid vaid ausus, elutarkus ja loogilisus, mis on eneseületamise dimensiooni väärtused, ning perekonna turvalisus, mis on konservatiivne väärtus.

Kodeeritud väärtuste puhul oli 238 korral tegu terminaal- ja 241 korral tegu instrumentaolväärtustega. Instrumentaalkategooria populaarseim väärtus oli loogilisus (30), terminaalväärtuste kategoorias elutarkus (29). See tähendab, et terminaal- ja instrumentaolväärtused olid postitustes üsna võrdselt esindatud, mis on ka loogiline, võttes arvesse, et esimeste all mõeldakse soovitavaid lõppsihte ja teiste all nende jaoks vajalikke omadusi, st need on omavahel seoses.

4.1.1. Terminaalväärtuste esinemine viies populaarsemas blogis

Rokeachi väärtussüsteemi 18 terminaalväärtusest esines valimi postitustes kõiki 18 väärtust (vt Joonis 2).



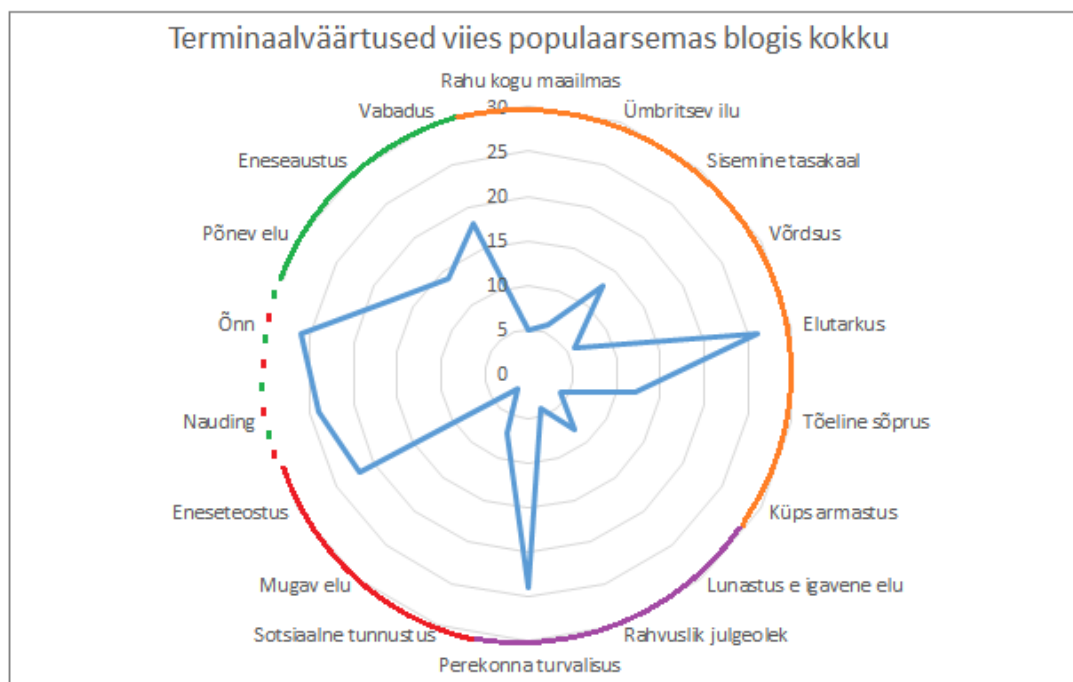
Joonis 2. Terminaalväärtuste esinemiste arv viie populaarsema blogi lõikes¹

Enim esines:

- elutarkust ehk täiskasvanulikkku maailmamõistmist (29)
 - „Otsustasime selle murega tegeleda, sest maja tuleb remontida (kohe nii väga, et kui me elektrisüsteemi kohe ära ei paranda, tekib meie kodus varsti tulekahju) ja et me seda remonti lubada saaks, tuleb meil tõenäoliselt raha laenata.“ – D08
- õnne ehk küllastust ja rahulolu (26)
 - „Mulle valmistab rõõmu, et mäletan Mustamäge just sellisena. Rõõm, et minuga jääb see meenutus pisikesena veedetud ajast.“ – C09
- naudingut ehk nauditavat, rahulikku elu (24)
 - „Olen kuulnud, et see pidavat olema must ja eemaletõukav paik. Edasi-tagasi sõit võtaks pikalt ja nagunii tuleks kogu aeg takso tellida...“ – E09
- perekonna turvalisust ehk kallite eest hoolitsemist (24)
 - „Pärast õhkuõõsu nunnutasin last nii kõvasti, et kõik teised reisijad said ka nunnutatud, aga kui võrrelda nunnutamise ja paaniliselt karjuva lapse vahel, kannatab esimese paremini ära. Laps kihistas selle peale. Tore temast.“ – C05
- eneseteostust ehk järjekindlat tööd ja panust (23)

¹ Punane joon tähistab väärtuste esinemiste keskmist.

- „Ma ei luba tal televiisorit vaadata. Ei lase tal kohe ärgates televiisori ette minna ega too teda sealt magamamineku eel ära. Selle asemel teeme koos sporti, loeme, mängime klotsidega...” – B08
- vabadust ehk sõltumatust, vaba valikut otsustada (18)
 - „Kavatsen üle võõbata iga kapi, laua ja ukse, mida suudan. Pole kuulnud, kuidas ülejäänud rahvas remonti planeerib. Ma teen seda igatahes selliselt, et sodisin pooled seinad ära.” – A05
- põnevat elu ehk aktiivset, ergutavat elu (17)
 - „Ma pole ostnud ei lennupileteid ega majutust, aga panin meile kirja ekskursiooni, mis viib meid kuulsasse rajooni ja näitab, kuidas see kõik seal käib. Ise oleme sealkandis juba reisinud, käinud etendustel, ka suured kokteilid on meile tuttavad, aga see jättis nii huvitava mulje, et võtsin kahele piletid.” – B02



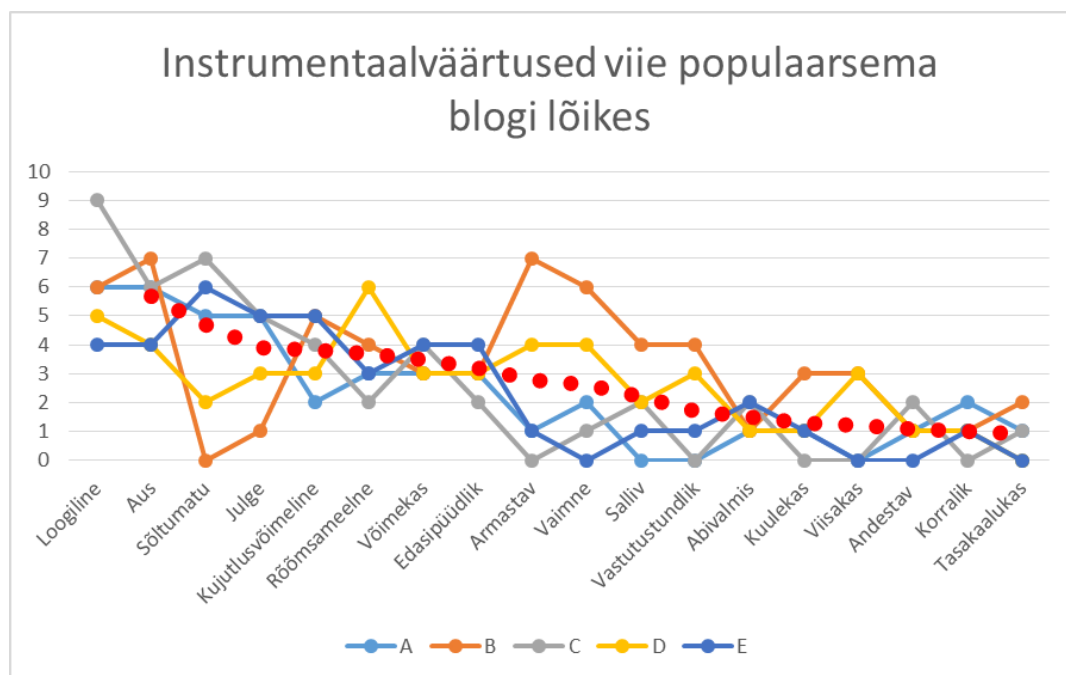
Joonis 3. Terminaalväärtuste esinemine viies blogis kokku²

² Eneseületamine on tähistatud oranžiga, enesetäiustamine punasega, kogemusele avatus rohelisega ja konservatiivsus lillaga.

Analüüsid terminaalväärtuste esinemist eneseületamise, enesetäiustamise, kogemusele avatuse ja konservatiivsuse dimensioonide alusel, selgusid järgnevad tulemused. Kõige populaarsem terminaalväärtus, elutarkus (29), kuulub eneseületamise dimensioonile. Õnn (26) ja nauding (24) on kogemusele avatuse ja enesetäiustamise dimensioonide väärtused, kogemusele avatuse dimensiooni kuuluvad ka vabadus (18) ja põnev elu (17); enesetäiustamise dimensiooni eneseteostus (23), vabadus (18) ja põnev elu (17). Perekonna turvalisus (24) on konservatiivne väärtus (vt Joonis 3).

4.1.2 Instrumentaalväärtuste esinemine viies populaarsemas blogis

Rokeach väärtussüsteemi 18 instrumentaalväärtusest esinesid postitustes kõik 18 väärtust (vt Joonis 4).



Joonis 4. Instrumentaalväärtuste esinemise arv viie populaarsema blogi lõikes³

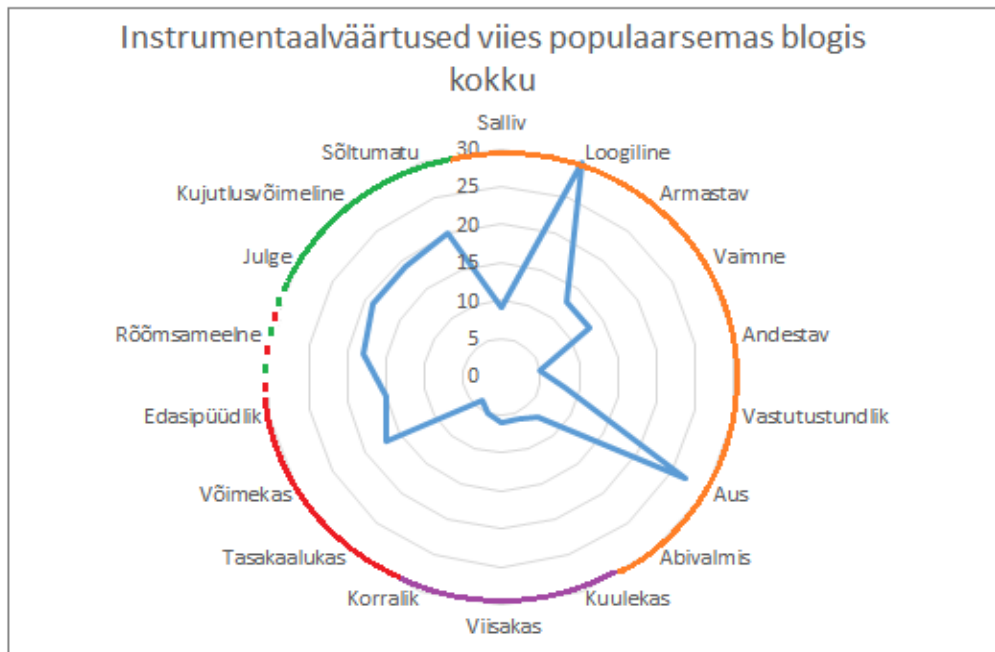
Enim esines:

- loogilisust ehk järelduslikult õiget, mõistuspärast, mõistlikku (30)
 - *“Tegime otsuse ära, otsisime apartmendi, kinnitasime selle ja mõni aeg pärast seda saime veast aru. Unustasime ära, et pesamuna läheb esimesse klassi,*

³ Punane joon tähistab väärtuste esinemiste keskmist.

meie aga plaanisime reisil olla ka aktuse päeval. Imestasime enda lollust ja tühistasime lepingu.” – C03

- ausust ehk siirust (27)
 - *“Õnneks vedas mul, sest just kui ma olin jõudnud mõelda, et kodu on sassis, tuleks kraamida (ent ma ei taha ega jaksa), siis tuli koristaja, mis polnud mul üldse meeles.” – A09*
- sõltumatust ehk mitte kellelegi allumist ega kellegi või millegi poolt mõjutatav olemist, iseseisvust (20)
 - *“Ausalt öeldes teeb mind pahaseks, et kui naine, kellel pole lapsi, ütleb nende kohta midagi, ründab teda kohe seltskonna kanaemasid, kes hakkavad õiendama, et kuna sina oled lastetu, ei tea sa midagi.” – E08*
- julgust ehk oma vaadete eest seismist (19)
 - *„Viimati, kui mainisin kirjutises, et ostsin reisil mehele baarist tantsija, ütlesid mitmed, et issand, kuidas see sind armukadedaks ei teinud. See on kerge. Kui usaldad, ei ole ka kadetsemist.“ – B03*
- kujutlusvõimelisust ehk loovust, uutele ideedele avatust (19)
 - *“Proovin mõne asja mõttest pärisellu saada ehk proovin mõne foto teha ja töödelda rohkem loominguliselt, mitte mõttega, et “selle jutu võtan välja, muusika keeran ära ja siin panen aeglasemaks”.” – C01*
- rõõmsameelsust ehk heatujulisust (18)
 - *“See on väga suur rõõm, kui sul on sõpru, kes tähtpäeva jaoks kokku saavad, õnne soovivad, koos sinuga šampust joovad ja peo lõbu ja minu puhul ka rõõmupisaratega maha peavad. Päriselt – taolist olukorda ei või iseenesestmõistetavaks pidada!” – D03*
- võimekust ehk kompetentsust ja efektiivsust (17)
 - *“Kui võtame, et tavaliselt maksab Tokyos Sushi 300 jeeni. Sõltuvalt restoranist 250-280, siis mina einestan pigem kohvikus, kus see maksab 200 või 150 jeeni ja sushi maitseb sama moodi. Diivani asemel istun ma vanal kulunud toolil, ees odav laud. Sushi on ikka sama maitsev, ehk isegi parem, ja oluliselt odavam.” – B05*



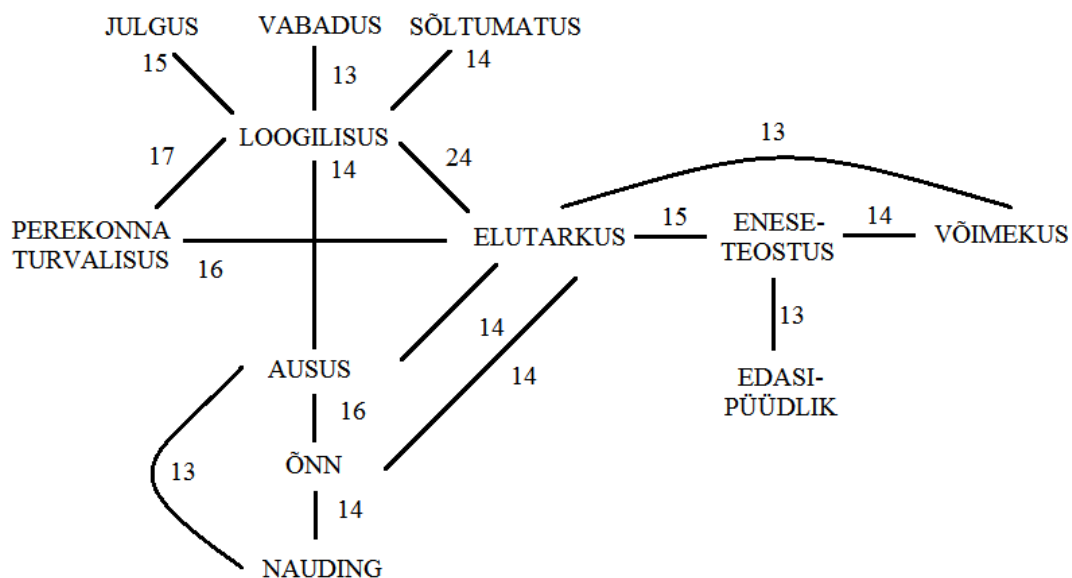
Joonis 5. Instrumentaalväärtuste esinemine viies blogis kokku⁴

Analüüsid instrumentaalväärtuste esinemist eneseületamise, enesetäiustamise, kogemusele avatuse ja konservatiivsuse dimensioonide alusel, selgusid järgnevad tulemused. Kõige populaarsemad instrumentaalväärtused, loogilisus (30) ja ausus (27), kuuluvad eneseületamise dimensiooni, sellele järgnevad sõltumatus (20), julgus (19), kujutlusvõimelisus (19) ja rõõmsameelsus (18), mis kuuluvad kogemusele avatuse dimensiooni. Rõõmsameelsus on aga ka enesetäiustamise dimensiooni väärtus, sarnaselt võimekusele (17), mis on populaarsuselt järgmine (vt Joonis 5).

4.1.3 Terminaal- ja instrumentaalväärtuste koosesinemine

Kõige enam esinesid postitustes koos väärtused loogilisus ja elutarkus (24), loogilisus ja perekonna turvalisus (17), perekonna turvalisus ja elutarkus (16), ausus ja õnn (16), eneseteostus ja elutarkus (15), loogilisus ja julgus (15), õnn ja elutarkus (14), ausus ja elutarkus (14), võimekus ja eneseteostus (14), õnn ja nauding (14), loogilisus ja ausus (14) ning sõltumatus ja loogilisus (14) (vt Joonis 6).

⁴ Eneseületamine on tähistatud oranžiga, enesetäiustamine punasega, kogemusele avatus rohelisega ja konservatiivsus lillaga.



Joonis 6. Kõige enam postitustes koos esinenud väärtused.⁵

Rokeach, kelle loodud on kasutatud väärtussüsteem, on ise leidnud, et suurim funktsionaalne seos on nauding ja mugava elu vahel (Rokeach, 1973:44). Selles töös esines nauding peamiselt koos õnnega. Samuti on Rokeachi hinnangul funktsionaalselt tugev seos loogilisuse ja tasakaalukuse vahel (Rokeach, 1973:44), siin töös esines loogilisus eeskätt koos elutarkusega.

4.2 Tegelased, sündmused ja teemad seoses väärtustega

Kõige suurem hulk valimisse kuulunud postitusi oli kirjutatud kirjeldavas žanris (24), sellele järgnesid kirjeldava arvamuse žanr (12) ja arvamuse ning arvustuse žanr (11). Postitusi esines ka tutvustuse žanris (8), vastuse žanris (7) ning küsimuse žanris (4). Kaks postitust liigitus kategooriasse „muu“. Tulemused näitavad, et blogides on suur kaal autorite elu kirjeldavatel postitustel, ent pea sama palju avaldatakse ka arvamust – kas siis kirjeldustega kombineerituna või mitte. Oluline on ka see, et muuhulgas blogijate omavahelisele suhtlusele keskenduv kategooria „Vastus“ on samuti laialt esindatud, millest võiks järeldada, et blogitekstide loomise juures on oluline osa sellel, mida teevad teised autorid.

⁵ Number tähistab postituste arvu, kus kaks väärtust koos esines, ning on märgitud 13 ja enama seose korral.

Enim esines postitustes tegelasena lapsi (20), spetsialiste (13), ühiskonda ja inimesi laiemalt (11), sõpru-tuttavaid (10) ning abikaasat või elukaaslast (9). Perekont üldiselt oli tegelaseks kaheksas postituses, juhuslikud inimesed kolmes postituses, teised blogijad ühes postituses. Nelja postituse tegelased liigitusid kategooriasse „muu“. Enamikes blogides esines tegelasena ka blogi autor ise, ent kuna selle töö keskseks osaks on isiklikud blogid, võib eeldada, et see on seda tüüpi blogide eripära. Tulemustest järeldub, et kõige populaarsemad blogid on need, kus sisaldub palju laste- ja beebitemaatikat ning kust saab infot kokkupuutest erinevate spetsialistide, näiteks arstiga.

Sündmust igas postituses ei esinenud – selliseid postitusi oli 26. Populaarseim sündmus oli reis (10), sellele järgnesid tähtpäev: sünnipäev (6), tähtpäev: püha (4), kolimine või remont (3) ning perekondlik sündmus: lapseootus (2). Sündmuste kategooria puhul loeb kindlasti ka aeg, mil valimi postitused on välja valitud: selle töö perioodiks oli kuu, mis sisaldab kahte püha, samuti oli valimi mitmel autoril sel ajal sünnipäev. Küll aga tasub tähele panna reisisiteema ning kolimis- ja remonditeema suurt populaarsust. Siin võib näha ka nende blogide üht populaarsuse põhjust: autorite tegevusspekter on lai, ning vaatamata laste domineerimisele blogis leiatakse võimalusi ja aega ka reisimiseks ning näiteks remondiks ning neist kirjutamiseks.

Kõige rohkem postitusi sisaldas teemat inimloomus ja –käitumine (32), heaolu: toit (17), olme: igapäevatoimingud (12), olme: tervis (11), heaolu: puhkus või reisimine (10), olme: raha (8). Populaarsemad üldteemakategooriad olid olme (42), heaolu (39), inimloomus ja –käitumine (32) ja vaba aeg (13). Kuna inimloomus ja –käitumine osutus kategooriana liialt palju hõlmavaks, siis autor seda võrdlusesse ei kaasa ning arutleb võimalike alternatiivide üle meetodi refleksiooni peatükis. Populaarsemad teemad näitavad, et väga paljud lugejad toob blogisse inimloomuse analüüsimine, millega kaasneb tõenäoliselt kindel arvamus ja aus seisukohavõtt. Enim meeldib inimestele aga lugeda nõ tavalise inimese igapäevatoimetustest, plaanidest, muredest ja nõuannetest.

Kuigi igale blogile vastav valim on järelduste tegemiseks liialt väike, toob autor siinkohal siiski ära seosed, mis igast individuaalsest blogist esile tõusid.

Blogis A, kus olid populaarsemateks väärtusteks vabadus ja perekonna turvalisus, olid peamiseks tegelaseks lapsed ja peamiseks sündmuseks remont ning kolimine. Lapsed ja

remont ning kolimine olid kesksed ka valimi blogis C, mille domineerivateks väärtusteks olid aga hoopis õnn, elutarkus ja perekonna turvalisus. Blogi D, mis rääkis tegelastena enamasti lastest, väärtustas õnne, naudingut ja perekonna turvalisust. Blogi B, mille keskseks tegelaseks oli abikaasa ning seejärel laps, sündmuseks aga reis, väärtustas naudingut, eneseaustust ja elutarkust. Blogi E, mille keskseks sündmuseks oli samuti reis, väärtustas eneseteostust, õnne, elutarkust ja naudingut. Seega võib öelda, et erinevates blogides kaasnevad sarnaste tegelaste ja sündmustega paljuskki sarnased erinevad väärtused, ent neis on igale blogijale iseloomulikke erinevusi.

4.2.1 Väärtused seoses tegelastega

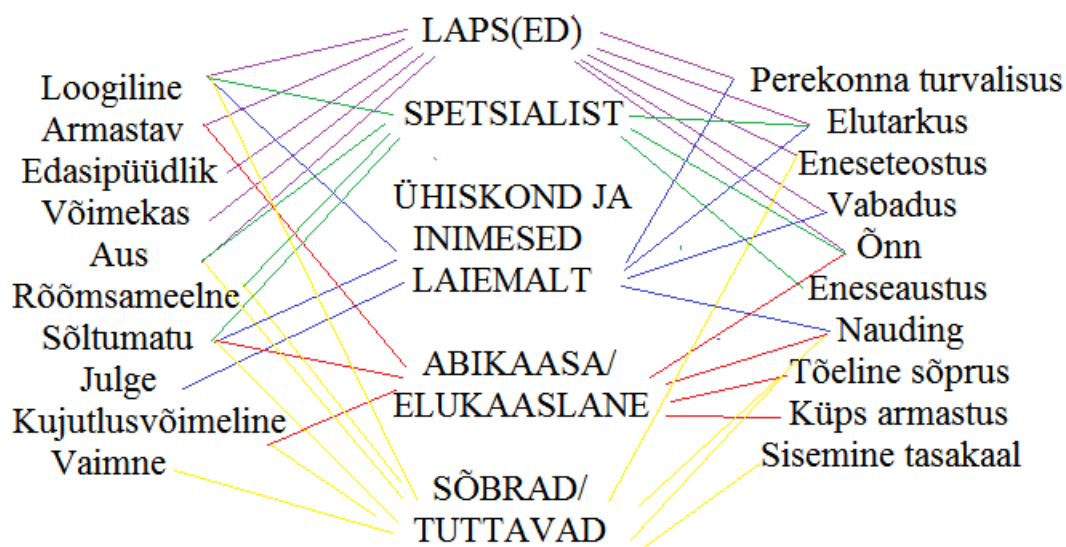
Enim esinenud tegelased populaarsemates blogides olid lapsed, spetsialistid, ühiskond ja inimeselt laiemalt ning abikaasa või elukaaslane, millega seonduvalt vaatleb autor nüüd nendega kõige rohkem koos esinenud väärtusi.

Lastega seonduvatest terminaalväärtustest tulid enim esile perekonna turvalisus, elutarkus, eneseteostus, vabadus ja õnn. Instrumentaalväärtustest esinesid lapsed koos loogilisuse, armastava olemuse, edasipüüdlikkuse, võimekuse ja aususega.

Spetsialistidega esinesid enam koos elutarkus, õnn, perekonna turvalisus ja eneseaustus. Instrumentaalväärtustest seondusid enim ausus, loogilisus, rõõmsameelsus ja sõltumatus.

Ühiskond ja inimesed laiemalt seondusid elutarkuse, vabaduse ja naudinguga. Instrumentaalväärtustest olid ühiskond ja inimesed seotud julguse, loogilisuse ja sõltumatusega.

Abikaasa või elukaaslane tõid kaasa naudingut, õnne, tõelise sõpruse, kypse armastuse ja eneseteostuse; instrumentaalväärtustest aga sõltumatuse, armastava olemuse, kujutlusvõimelisuse ja loogilisuse. Sõpradega esines enim koos tõelist sõprust, õnne, naudingut, eneseteostust, eneseaustust ja sisemist tasakaalu; instrumentaalväärtustest aga ausust, rõõmsameelsust, vaimsust, sõltumatust, loogilisust ja kujutlusvõimelisust.



Joonis 7. Kõige enam koos esinenud tegelased ja väärtused

Tegelaste puhul esines küll väärtusosa, mis paljuski kattus (loogilisus, ausus, sõltumatus, elutarkus, õnn ja nauding), ent oluliselt põnevam on vaadata seda, millised domineerivad väärtused üht tegelast teisest eristavad.

Sõprade-tuttavate puhul olid esiletõusvateks väärtusteks vaimsus ja sisemine tasakaal, abikaasa-elukaaslase puhul küps armastus, ühiskonna ja inimeste puhul julgus, spetsialistide puhul eneseaustus ja laste puhul edasipüüdlikkus ja võimekus. Kodeerinud 50 postitust ja kõigi nende sisuga tutvav, on siin võimalik üht-teist ka selgitada. Sõprade teemat kajastati üldjuhul võtmes, kus nende olemasolu eest oldi tänulikud ja nende seltskond pakkus rahu. Ühiskonna ja inimeste puhul üldiselt domineeris julgus, sest just üldistel teemadel kõneledes oli enda arvamuse avaldamise konkreetsus ja kindlus kõige tugevam. Spetsialistide puhul avaldus enesekindlust kahes vormis: kas spetsialisti usaldades ja selles kindel olles või olles kindel, et just teda ei saa usaldada. Laste puhul esines kõige enam neid postitusi, mis kirjeldas järjepidevat panust nende arengusse ning edasipüüdlikkus ja võimekus, mis võiks tavaolukorras väärtuste mõistes olla seotud pigem karjääriga, oli selles valimis eeskätt seotud laste kasvatamisega (paljuski ilmselt ka seetõttu, et mitu valimi blogijat viibivad lapsehoolduspühkudel).

4.2.2 Väärtused seoses sündmustega

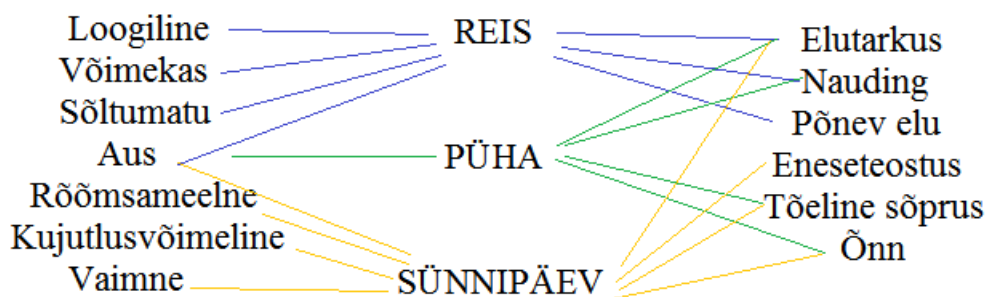
Enim esinenud sündmused populaarsemates blogides olid reis, sünnipäev ja pühad, millega

seonduvalt vaatleb autor nüüd nendega kõige rohkem koos esinenud väärtusi.

Reisimine oli enim seotud elutarkuse, naudingu ja põneva eluga. Instrumentaalväärtustest esines postitustes enim loogikat, võimekust, sõltumatust ja ausust.

Sünnipäev esines enim koos elutarkuse, eneseteostuse, põneva elu, tõelise sõpruse ja õnnega. Instrumentaalväärtustest olid enim esindatud rõõmsameelsus, ausus, kujutlusvõimelisus ja vaimsus.

Pühad olid enim seotud elutarkuse, naudingu, tõelise sõpruse ja õnnega. Instrumentaalväärtustest esines koos pühadega peamiselt ausust.



Joonis 8. Kõige enam koos esinenud sündmused ja väärtused

Sündmuste puhul oli väärtustel taas ühisosa (elutarkus, nauding, ausus, tõeline sõprus, õnn), ent igat sündmust iseloomustasid ka eraldi väärtused. Reisimise puhul olid need põnev elu ning loogilisus, võimekus ja sõltumatus ning sünnipäeva puhul eneseteostus, rõõmsameelsus, kujutlusvõimelisus ja vaimsus. Postituste puhul, kus reisimisteema keskne oli, räägiti enim reisi planeerimistest ja eesseisvatest üritustest ning soovideist ja kuidas neid kõiki mõistlikult täita. Ka siin peegeldas võimekus järjepidevat tegutsemist eesmärgi nimel, nagu ka laste puhul. Sünnipäev oli võrreldes pühadega väga positiivne teema, kus vaadati tänulikult aastale tagasi, planeeriti pidu seati eesmäärke järgnevateks aastateks. Pühade puhul oldi aga pigem ausalt kriitilised (nt analüüsiti Vabariigi aastapäeval oma kodumaa ülistamist, olukorras, kui keegi eluga tegelikult rahul pole või viidati sõbrapäeva kombele kasutuid esemeid kinkida).

4.2.3 Väärtused seoses teemadega

Enim esinenud teemad populaarsemates blogides toit, igapäevatoimingud, tervis, puhkus või reisimine ning raha, millega seonduvalt vaatleb autor nüüd nendega kõige rohkem koos

esinenud väärtusi.

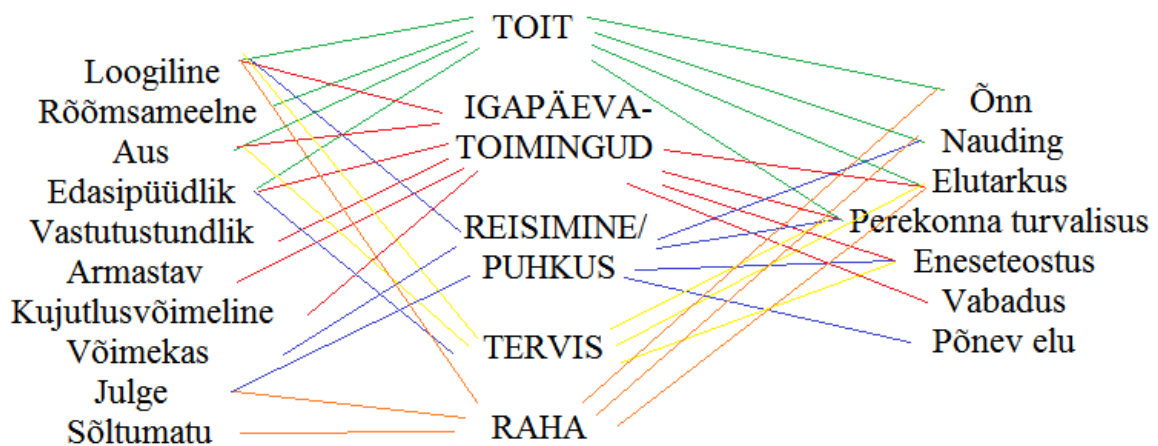
Toiduteemaga koos esines postitustes enim õnne, naudingut, elutarkust ja perekonna turvalisust. Instrumentaalväärtustest kaasnesid kõige sagedamini väärtused loogilisus, rõõmsameelsus, ausus ja edasipüüdlikkus.

Igapäevatoimingute kategooriaga esines kõige rohkem koos eneseteostust, perekonna turvalisust, elutarkust ja vabadust. Instrumentaalväärtustest esines enim loogilisust, ausust, vastutustundlikkust, armastavat olemust, edasipüüdlikkust ja kujutlusvõimelisust.

Tervise teemat sisaldanud postitustes esines enim elutarkust, eneseteostust ja perekonna turvalisust. Instrumentaalväärtustest leidis enim loogilisust, ausust ja edasipüüdlikkust.

Puhkuse või reisimisega koos esinesid eneseteostus, nauding ja põnev elu ning perekonna turvalisus. Instrumentaalväärtustest kaasnes enim loogilisust, võimekust ja julgust.

Rahaga seondusid enim õnn, nauding ja elutarkus, instrumentaalväärtustest oli kõige sagedamini võimalik kodeerida loogilisust, sõltumatust ja julgust. järeldus



Joonis 9. Kõige enam koos esinenud teemad ja väärtused

Teemade puhul oli konkreetsete väärtustega sidumine juba keerukam, võimalik, et teemakategooriate kohati liialt suure üldistamise (igapäevatoimingud) tõttu. Sel põhjusel jäi analüüsist välja ka kõige populaarsem teemakategooria, inimloomus ja –käitumine, sest sellega koos esinevaid väärtusi oli liialt palju. Taas sidus teemasid suur ühisosa (nauding, elutarkus, perekonna turvalisus, eneseteostus, edasipüüdlikkus, ausus, loogilisus), ent

kategooriatele leidis ka iseloomulikke väärtusi. Näiteks vabadus, vastutustundlikkus, armastav olemus ja kujutlusvõimelisus käisid kaasas igapäevatoimingutega; põnev elu ja võimekus reisimise või puhkamisega; rõõmsameelsus toiduga ning raha sõltumatusena. Igapäevatoiminguid kirjeldades olid tihti teemaks kohustused, aga ka vaba valik otsustada, kas ja millal neid täita. Toiduteemad seostusid üldiselt retseptide jagamisega seoses mingi ürituse, külaskäigu või sõbrapäevaga, aga ka laste toidumurede lahendamise – sellest ka rõõmsameelsus. Raha puhul oli peamiseks teemaks postitustes see, kuidas seda enda soovide järgi kulutada, mitte selle vähesus vms.

5. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Selle bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida, millised väärtused tulevad Eesti populaarsemaid isiklike blogisid analüüsides enim esile, millistele motivatsioonidimensioonidele kuuluvad need väärtused ja millised tegelased, sündmused ja teemad missuguste väärtustega koos esinevad. Töö näol oli sealjuures tegu metodoloogilise katsega leida blogitekstist väärtusi ehk kohandada küsitluspõhine väärtussüsteem tekstianalüüsile.

Järgnev peatükk jaguneb kolmeks osaks: järeldused, diskussioon ning metodoloogiline refleksioon

5.1 Järeldused

Selles alapeatükis annab autor vastused kõigile püstitatud uurimisküsimustele ning teeb saadud tulemustest teooria põhjal järeldused.

Millised väärtused domineerivad Eesti populaarsemates isiklikes blogides?

Tulemuste peatükist selgus, et väärtused, mida blogides enim esineb, seostuvad enamuses isikliku vabaduse (ausus, sõltumatus, vabadus, julgus), aktiivse tegutsemise (eneseteostus, põnev elu, võimekus), rõõmu ja rahu (õnn, rõõmsameelsus, nauding, kujutlusvõimelisus) ning täiskasvanuliku maailmapildiga (perekonna turvalisus, elutarkus, loogilisus). Seega võib Eesti populaarsemate isiklike blogide iseloomustamiseks kasutada just neid omadusi ja väärtusi.

Kui vaadata, millised neist väärtustest postitustes koos esinevad, tekib neli peamist tõlgendusrepertuaari, mida lugejale edastatakse: saavutus läbi järjepideva tegutsemise; isikliku vabaduse olemasolu ja selle kaitsmine; kohusetundlikkus läbi kaalutletud otsuste ning siirus ja seeläbi saavutatav rõõm ja rahulolu. Sellest võib järeldada, et blogi autorid on mitmekülgsed ning aktiivsed mitmel alal: neil on pere, ent nad ka reisivad ja leiavad võimaluse ja aja teha remonti. Üheaegselt väärtustavad nad nii põnevat elu ja saavutusi kui ka rahu ja naudingut.

Millistele Schwartzi ringmudeli motivatsioonidimensioonidele (ennastupitav-ennastületav; konservatiivne-kogemusele avatud) domineerivad väärtused asetuvad?

Enamik blogides esinenud populaarseid väärtusi asetub kas enesetäiustamise või kogemusele avatuse dimensioonile. Eristusid vaid ausus, elutarkus ja loogilisus, mis on eneseületamise dimensiooni väärtused, ning perekonna turvalisus, mis on konservatiivne väärtus. See tähendab, et autorid on motiveeritud ennast täiustama ja uusi olukordi kogema.

Nagu teoorias selgitatud, rõhutab enesetäiustamise dimensioon püüdlust isikliku staatuse ja edu poole, eneseületamine puudutab aga teiste heaolu esileseadmist (Schwartz, 2012:8). Kui meenutada, et populaarseimaks tegelaseks olid lapsed ning väärtusteks võimekus ja eneseteostus, võib sellest järeldada, et lastega seonduvat, nende arendamist ja õpetamist peetakse siiski ka isiklikuks saavutuseks – seda tõendasid ka mitmed loetud postitused, kus laste arendamisega seonduvad kirjutised olid kesksel kohal.

Kogemusele avatuse dimensioon keskendub iseseisvusele ja muutusteks valmisolekule, konservatiivsus aga korrale, enese piiramisele, mineviku säilitamisele ja muutustele vastu seismisele (Schwartz, 2012:8). Kahtlemata ei esine neis blogides kuigi palju enese piiramist – eeskätt kasutavad autorid veebipäevikuid just nimelt enda välja elamiseks, avamiseks ja arvamuse avaldamiseks. Iseseisvus ja vabadus, nagu ka eelnevalt öeldud, on aga äärmiselt olulised. Samuti saab valimisse kuulunud postitusi lugenuna öelda, et uusi väljakutseid võetakse julgelt vastu: kas siis toiduga katsetamise, reisimise, remondi või mõne muu tegevuse kaudu.

Millised väärtused esinevad koos missuguste tegelaste, sündmuste ja teemadega?

Tulemuste osas selgus veebipäevikuid esmalt eraldi vaadates, et sarnased tegelased ja sündmused seostuvad erinevates blogides üsna sarnaste väärtustega, ent prioriteedid erinevad veidi. Näiteks võib üks blogija väärtustada esmalt eneseteostust ja seejärel naudingut, teine esmalt naudingut ja seejärel eneseteostust, ent esinemiste arvult on mõlemaid väärtusi blogis teistest märkimisväärselt enam.

Nii tegelaste, sündmuste kui teemade puhul esines nõ baasväärtuste osa, mis tuli välja kõigi puhul. See võib tähendada, et mingid väärtused, tihti eneseületamise dimensioonile asetuvad, on teemaülesed (nt ausus ja elutarkus) ning kumavad tugevalt läbi kõigest, millest blogija kirjutab. Teised väärtused, peamiselt kogemusele avatuse ja enesetäiustamise dimensioonile kuuluvad (nt tõeline sõprus ja edasipüüdlikkus), käivad aga kaasas kindlate tegelaste, sündmuste või teemadega. Iga kategooriaga kaasas käivate spetsiifiliste väärtuste avaldumist

võib ka olla blogi lugedes kõige põnevam jälgida – näiteks julguse avaldumist just spetsialiste puudutavates postitustes või vaimsuse avaldumist sünnipäevi puudutavates postitustes. Uued väärtused toovad blogitekstidesse vaheldust, tänu millele saab blogijae enda (virtuaalse) isiksuse juures uusi tahke avada ja blogi auditooriumi mitmekesistada.

Kas mikrokuulsusteks peetavate blogijate veebipäevikutes esinevad väärtused mõjuvad hoolikalt konstrueeritute või autentsetena?

Teooria peatükis peatus autor pikalt teemal, mil määral on blogi-mina erinev päris-minast ning kas seda on võimalik tahtlikult konstrueerida. Peamiste punktidenä tulid välja, et kuvandit kontrollivad teadlikult peamiselt mikrokuulsused ehk populaarsed blogijad (Kaljuvee, 2015; Marwick ja boyd, 2011) ning ning seda tehakse eneseturunduslikel eesmärkidel (Kaljuvee, 2015; Marwick ja boyd, 2011; Sepp jt, 2011).

Mõningaid teorias välja toodud turundusstrateegiaid, mida Eesti mikrokuulsused kasutavad (Kaljuvee, 2015), esines ka selle töö blogides. Palju võis leida positiivse ja negatiivse info jagamist nii enda kui teiste kohta ning unistuste ja hirmude jagamist – kõik need peegeldusid ka väärtustes nagu ausus, vabadus, sõltumatus ja julgus. Samuti leidis interaktsiooni lugejatega, mis väljendub näiteks selles, et blogijatele küsimust esitavaid või nende küsimustele vastavaid postitusi oli valimis kokku 11.

Kuigi eneseturundus näib blogi juures tähtsat rolli mängivat, on vähemuses need käsitlused, mis usuvad, et autor saab täielikult loodavat muljet kontrollida ja end sellega blogist distantseerida. Pigem on leitud, et suures osas on päris- ja blogiisiksus kattuvad (Blinka, 2012; Bullingam, 2013). Kuigi järeldusi on blogijaid päris elus tundmata raske teha, saab leitud väärtusi analüüsides siiski järeldada, kuivõrd võivad need olla tahtlikult konstrueeritud.

Erinevus nende kahe identiteedi vahel seisneb peamiselt selles, et blogi-mina on justkui parem versioon päris-minast (Bargh, 2006; Treymayne, 2007), kelle juures rõhutatakse peamiselt positiivseid omadusi ja lisatakse tema lugudele põnevust, kelle rumalused ja naljad jäetakse välja ning püüeldakse ilustamise abil tõsiseltvõetavuse poole (Bullingham ja Vasconcelos, 2013; Fullwood jt, 2015; Sepp jt, 2011). Kui vaadata selle teooria baasil väärtusi, mis selle töö käigus blogidest enim esile tõusid, siis võib öelda, et enda positiivsete omaduste rõhutamist (nt heaks emaks olemine, rahaga hästi ümberkäimine, ideede teostamine) väljendus peamiselt väärtustes võimekus, eneseteostus, kujutlusvõimelisus, sõltumatus ja

vabadus. Ent esines ka negatiivsete omaduste siirast väljatoomist (nt koristamise, laste kasvatamise või hajameelsusega seondult), mis väljendus eeskätt väärtustes ausus ja loogilisus. Kindlasti esines blogides naljakaid seiku ja rumaluse tunnistamist (ausus oli väärtusena väga olulisel kohal), mis tähendab, et tõsiseltvõetavuse poole püüdlust nende võimaluste kaudu täielikult ära ei kasutatud. Seega võib järeldada, et ilustamine blogides ei domineeri ning selle tasakaalustamiseks jagatakse julgelt ja ausalt ka igapäevaseid, mitte nii glamuurseid seiku, mis aga ehk lugeja tarbeks põnevamaks kirjutatakse – ka see on üks tähelepanu püüdmise strateegiaid (Bullingham ja Vasconcelos, 2013:107). Ka seesuguse ausa ja ilustamata kuvandi edasi andmine võib auditooriumit silmas pidades olla väga efektiivne ja loetavust tõstev. Siinkohal tasub meenutada, et Cenite (2009) uuringu järgi arvab 62% blogijatest end oma auditooriumi väga hästi tundvat ja seetõttu võib autentse kuvandi edastamine olla strateegiline otsus.

Nagu autor eelnevalt välja tõi, näeme väärtustest kujuneva nelja tõlgendusrepertuaari puhul teatavat harjumatu vastandumist: olulised on nii rahu ja nauding kui ka põnev elu, nii sõltumatus (arvamus osas) kui ka sõltuvus (perekonnast). Teooriapeatükis tõi autor välja, et üha enam soovivad mikrokuulsuse staatust kandvad autorid meelitada ligi võimalikult erineva taustaga auditooriumi (Melrose jt, 2013, Kaljuvee, 2015 kaudu), mis sai kinnitust ka tegelasi ja sündmusi puudutavat mitmekesisist väärtusrepertuaari analüüsides. Siin võib seega näha teatavat strateegiat: mikrokuulsus kajastab enda juures erinevaid tahke (näiteks lisaks lapsele ka reisimis- ja remonditeemasid), et tema blogile tekiks mitmekesise taustaga lugejaskond; esile tõuseb mitmekesine väärtusrepertuaar, milles paljud end ära tunnevad. See ei tähenda aga, et blogi autori kuvand ka päriselus selline poleks: on kaheldav, kas blogi autor oleks valmis sedavõrd mahukaid tegevusi, nagu remont, ette võtma vaid blogi tarbeks. Küll aga võib kõigi nende teemade blogis kajastamine viidata strateegilisele lugejate koondamisele. Ühe konkreetse kuvandi (nt väikelast kodus kasvatav ema) kõrvale tuuakse lisaks veel võimalikult erinevaid tahke ning võimalikult paljud lugejad leiavadki blogis endale midagi huvitavat.

Blogide sisu üldiselt hinnates jääb mulje, et selle valimi blogides esitatakse niisiis üsna autentne kuvand, mis võib olla siit-sealt põnevamaks kirjutatud ning laia teemaspektriga mitmekesisistatud. Siit saab järeldada, et blogi-mina lähedus päris-minale võibki isiklike blogide puhul olla see nõ strateegia, mis auditooriumi ligi tõmbab. Sarnaseid järeldusi on

teinud ka mitmed teised autorid (Blinka, 2012; Bullingham ja Vasconcelos, 2013; Stern, 2008).

5.2 Diskussioon

Tekst ja keel on kaheasuunalised süsteemid: Fairclough järgi paneb autor teksti luues sinna kaasa ka väärtused, mis siis Hennoste (2003:228) sõnul teksti lugejale omakorda edasi kanduvad ja tema väärtusi kujundama hakkavad. Rokeachi sõnul tulevad väärtused näiteks kultuurist – ja ka blogimine on kultuur. Juba aastal 2004 kasutati sõna „blogikultuur“ ka Eesti kontekstis. Täpsemalt tegi seda Tristan Priimägi, kui kirjutas Eesti Ekspressis tollasest veebipäevikute arvu „plahvatuslikust kasvust“ („Ära ainult küsi, miks ma...“, 2004). Nüüd, 12 aastat hiljem, on „plahvatuslik kasv“ saanud hoopis usutavama tähenduse.

Selles töös kirjeldatud teooriaid ja tulemusi vaadates võiks öelda, et isiklik blogi loob uue žanri. See žanr on segu levinuimatest publitsistlikest väljenduslaadidest, nagu olemuslugu ja arvamislugu, ent erinevalt ajalehes esinevast arvamusest paljususest on selle „žanri“ lood alati ühe inimese kesksed. Blogidest saab inimene koostada oma nõ ajalehe ehk blogikataloogi, kuhu valib need blogijad, kes talle enim huvi pakuvad. Nagu sellest tööst selgus, valivad lugejad Eestis enda jaoks välja need blogid, mis väärtustavad ausust, väljendusjulgust, rõõmu, rahu ja pidevat panust soovitud eesmärkide saavutamiseks, tehes seda tavainimese kombel näiteks perekonna kõrvalt.

Kui vaadata, mida on keskmine eestlane senistes väärtusuurimustes oluliseks pidanud (Kalmus ja Vihalemm, 2016), on seal esimesel kohal tervis (sh põnev, aktiivne elu), seejärel rahu maailmas ja kolmandaks tugev perekond (sh perekonna turvalisus). Blogidest ei tulnud välja peaaegu üldse viiteid rahule maailmas, suurim kattuvus on tugeva perekonna väärtustamisega. Seega keskendub blogi autor erinevalt nn tavainimesest eeskätt endale ja oma lähedastele, mitte ühiskonnale laiemalt.

Blogilugejate kohta saab nende väärtuste abil samuti üht-teist järeldada. Auditooriumi paelub blogija isiklik elu, tema tee saavutusteni ja aus aramus. Isikliku eluga käib kaasas ka perekond, üldjuhul aga mitte kogu ülejäänud maailma pärast muretsemine. Kui uudised maailmas kohta saab lugeja kätte nn tavameediast, siis blogist otsib ta midagi endale lähemat ja igapäevasemat. Seega võib öelda, et blogilugejale pakub huvi blogi, mille sisus seatakse esikohale iseseisvus, seda ka konservatiivsete teemade puhul, nagu perekond, ning ollakse

neist teemades rääkides kindlameelne ja aus.

Ent on ka alternatiivseid võimalusi järeldusi teha: blogi võib lugejat ka negatiivses mõttes köita ning sellisel juhul on tegu vihalugemisega (i. k. *hate-reading*). Kui lõõgastudes valib inimene teksti, mis talle naudingut toob, siis vihalugemise puhul võtab ta ette need ideed ja inimesed, keda põlgab: internet annab inimestele võimaluse põlatut turvaliselt kauguselt vaadata ja ühineda teistega, kes samu ideid või inimesi vihkavad (Ascharya, 2014; Hinton 2015).

See tähendab, et blogi populaarsus ja kommentaaride arv ei pruugi tähendada seda, et lugejad on autorile sarnase mõtteviisiga või valmis tema väärtusi üle võtma – mõlemat numbrit tõstavad kindlasti ka skandaalid. Küll aga toob iga emotsioon, sealjuures ka viha, välja selle, et meie endi tahtmised ja vajadused viha tekitava teema osas ei pruugi rahuldatus olla (Ascharya, 2014). Seega võib blogilugeja isegi autoriga siiski samu väärtusi hinnata: kuna tema elus aga väärtustele vastavad olukorrad ei realiseeru, tekitab see lugejas kadedust, viha ja seejärel vihalugemist. Siiski ei saa igat vihalugemist kadeduse süüks panna ja seetõttu jääb praegu veel ebaselgeks, kuivõrd võib näha blogi väärtuste edasiandjana ja sarnaste huvidega inimeste koondajana ning kuivõrd muuhulgas ka meelelahutuslikke skandaale pakkuva meediumina.

Väärtustele keskendudes võib leida teisigi aspekte, mida seesugune väärtusrepertuaar blogides lugejale edasi annab. Mida rohkem on blogisid, seda suuremaks osaks saab blogikultuur üldises meediakultuuris, ja nagu öeldud, kanduvad väärtused edasi nii teksti kui kultuuri kaudu. Blogide väljenduslaadist lähtuvalt näeb autor siin tagajärjena eeskätt sõnavõttude julgustumist, valehäbi kadumist piinlikel või tõsistel teemadel rääkimisel ning tavainimese kesksete teemade esiletõusu igapäevases meediatarbimises. Ent nagu teoorias viidatud, võib subjektiivse olemusega blogi tuua kaasa näiteks mõõndusi eetikas ja seeläbi tekitatud kahju mitte omaks võtmist. Selle töö valimis domineerinud väärtused, nagu loogilisus ja elutarkus, lubavad siiski arvata, et populaarse blogi autor liialt lahmima ei rutta ning põhjendab oma arvamused pigem mõistlikult ära. Kui mõelda tõsiasjale, et selle töö valimi blogides olid populaarseimad tegelased lapsed, võib selline isikliku elu jagamine laste üles kasvades ka neile teatud mõju avaldada. Ent võib ka juhtuda, et lapse elust rääkiv blogi muutub normaalsuseks ja sellega harjutakse.

Mõelda tuleb kahtlemata aga sellele, mida see uus žanr ei paku. Selle töö valimi põhjal saab järeldada, et töö- ja karjääriteemale keskendutakse pigem vähe, kui üldse. Viiekümnes postituses ei esinenud ühtegi töösündmust, tööst kõnelevaid postitusi oli vaid kaks. Mitte mingit kõlapinda ei saanud selles valimis poliitika- ega riigikaitseteemad (vt ka Metodoloogilise refleksiooni peatükki). Väärtustest oli positustest võimalik kõige harvem kodeerida rahvuslikku julgeolekut, mugavat elu, tasakaalukust, korralikkust ja viisakust. Seega tasuks neid väärtusi hindaval inimesel teada, et blogides peegelduvad need vähe ja rohkem tõusevad esile nende nn vastandväärtused.

Selleks, et seda olulist uut meediažanri veelgi paremini tundma õppida, tasuks väärtusteemat uurida süvitsi. Lisaks uurija hinnangule võiksid sõna sekka öelda ka lugejad ja blogijad ise. Nii oleks võimalik kõrvutada kolme gruppi: blogija enesekohaseid väärtushinnanguid; lugeja hinnanguid selle kohta, milliseid väärtusi blogi tema jaoks esindab, ja väärtusi, mida tekstianalüüsi abil blogist sisuliselt võib leida. See tooks ka paremini kinnitust sellele, kuivõrd ikkagi on päris- ja virtuaalidentiteet sarnased – maailmas on seda juba uuritud, samuti on sellega algust tehtud Eestis (vt Kaljuvee, 2015).

Ent ka blogijad on oma blogiidentiteedi osaks olevad väärtused kusagilt saanud, ja nagu eelnevalt öeldud, kujundab väärtusi teiste seas ühiskond. Schwartz ja Bardi (1997) sõnul on väärtuste kujunemine ja muutus adaptiivne protsess, mis kohandab inimese väärtused sotsiaalsetele tingimustega. Seega võib siit juba edasi mõelda sellele, millest on ühiskonnas puudu või üle, et selliseid väärtusi edasi andev uus meediažanr sedavõrd populaarseks on saanud.

5.3 Metodoloogiline refleksioon

Kuigi väärtuste kodeerimise protsess kulges ilma suuremate raskusteta ning instrument toimis enamikes aspektides hästi, esines kasutatud meetodis selle eripära tõttu siiski kitsaskohti, millest võiks sama meetodi järgnevas kasutuseks, näiteks magistritöö tarbeks, järeldusi teha.

Kõige enam probleeme valmistasid kodeerimise üldkategoriad, täpsemalt teemade jaotus. Kui alguses tundus, et inimloomusest ja –käitumisest eraldi kirjutatakse pigem vähe, siis lõppkokkuvõttes kumas see teiste teemade kõrval läbi 32 postitustest. Kuna kategoriaal puudusid alamkategoriad, kujunes kodeerimise lõpuks üks suur populaarne kategooria, millega koos esinevate populaarsemate väärtuste kodeerimine poleks sisuliselt mingit infot

andnud. Seega tuleks seda kategooriat vajadusel tuleviku tarbeks täiendada, lisades alamkategooriaid, nagu „lapsekasvatus“, „armastus“, „lapsepõlv“ jt teemad, millega seondult blogijad inimekäitumist lahkavad. Teemakategooriaid oli aga kodeerimisjuhendis (vt Lisa 1) siiski kolm, seega kui postitus ka inimloomuse ja – käitumise alla kodeeriti, esines sellega koos veel teisigi teemasid, millega seoseid luua.

Sündmuste ja teemade osas tekkis eelmises lõigus toodud põhjusel ka üks kattuv valdkond – reis ning reisimine ja puhkamine. Kuna tegu oli läbivalt kõige populaarsema sündmusega, oli sellele sedavõrd suure tähtsuse andmine kindlasti oluline, ent kokkuvõttes hakkasid teema ja sündmuse kategooria liialt kattuma ega õigustanud end. Siinkohal oleks hea rakendada põhimõtet, et kui teema on populaarne ning käsitletav sündmusena, kuulub ta kategooriana sinna ning teemade all enam ei esitu.

Kindlasti mängis väärtustel ja teemadel, mis töös domineerisid, rolli valimi selekteerimise aeg. Selles töös osutusid valituks 2016. aasta veebruarikuu postitused, ent kuu aega hilisemaid postitusi uurides oleks seoses terrorirünnakutega Brüsselis avaldunud ilmselt teistsugune pilt: näiteks oleks ilmselt esinenud rahvusliku julgeoleku ja rahu väärtustamist. See oleks toonud ka rohkemaid kattumisi Mina.Maailm.Meedia uuringus (Kalmus ja Vihalemm, 2016) leituga.

Mitmel korral oleks abi olnud väärtuse kõrval ka vastandväärtuste kodeerimisest – Rokeachi väärtussüsteemi rõhk on positiivse iseloomuga väärtustel (aus, mitte valelik; viisakas, mitte ebaviisakas jne), mistõttu on võimalik kodeerida näiteks viisaka mitteeesinemist, ent ebaviisaka käitumise väärtustamist kodeerida ei saa. Viisaka mitteeesinemise kodeerimine ei tähenda aga jällegi ebaviisakust, vaid lihtsalt seda, et viisakat käitumist väärtustavat sisu sellest postituses ei esinenud.

Rokeachi väärtussüsteemi puhul tuleb kindlasti ka tähele panna, et see on aja jooksul veidi muutunud. Väärtusküsitluse versioonis, mis on loodud aastal 1973, millest valmis ka raamat ja mida autor selles töös kasutanud on, olid olemas veel väärtused, nagu õnn ja rõõmsameelsus. Hilisemates küsitluse versioonides kadusid need kaks väärtust, asendudes lojaalsuse ja tervisega (vt ka Rebane, 2015:16). Kuna nende muutuste tegemise kohta on võimalik leida äärmiselt vähe infot ja selgitusi, on selles töös kasutatud algset, 1973. aasta versiooni.

Seminaritööga võrreldes suurendas autor selles töös valimisse kuuluvate postituste pikkust, sest seminaritöös esines postitusi, kus ei esinenud nende lühiduse tõttu tihti tegelasi, sündmusi vm. Siiski ei andnud see aga täielikult soovitud tulemust: ühe valimi blogi puhul jäid postitused siiski üsna lühikeseks ja neist oli ka kõige keerukam väärtusi põhjanevatel alustel kodeerida. Seega tuleks edaspidi lähtuda mitte postituste pikkusest, vaid jätta valimist välja need blogid, kelle puhul tundub kodeerimine sisu hõreduse tõttu keeruline.

Kuigi valimi postituste koguarv, 50, oli üldiste järelduste tegemiseks piisav, jäi 10 postitust ühe blogi kohta aga liialt väheks, et iga blogi kohta eraldi järeldusi teha. Bakalaureusetöö mahuks oli selline valimi suurus aga piisav ning soovi korral on võimalik seda näiteks magistritöös suurendada.

KOKKUVÕTE

Selle bakalaureusetöö eesmärk oli uurida, milliseid väärtusi võib Eesti kõige populaarsematest isiklikest blogidest enim leida; mida ütlevad nende väärtuste kohta motivatsioonidimensioonid, millele väärtused kuuluvad ning kas blogides esinev väärtusrepertuaar mõjub konstrueeritu või autentsena. Eesmärkide täitmiseks katsetas autor küsitluspõhise väärtussüsteemi (Schwartz, 1973) rakendamist tekstianalüüsile, mis keskendub küsitlusega sarnaselt ühe isiku väärtustele. Erinevalt küsitlusest, kus vastab inimene ise, kodeerib selle meetodi puhul aga autor väärtused blogitekste analüüsides. Väärtuste puhul lähtus autor uskumusest, et need on tekstist leitavad ja selle teel ka edasi antavad (Fairclough, 2001; Hennoste, 2008), ent võivad tulla ka ühiskonnast ning peegeldavad sealjuures tugevalt inimese vajadusi ja eelistusi (Schwartz, 1973).

Töö valimisse kuulus 50 blogipostitust viiest populaarsemast Eesti isiklikust blogist, kust oli võimalik kodeerida väärtuse esinemist 479 korral. Isiklikud blogid oli uurimiseks hea materjal, sest inimesed postitavad neisse isiklikku arvamust ja enesele keskenduvaid kogemusi, tehes seda ausalt ja kõigile avatult (Jung jt, 2012:1626) ning neid on palju – kõigist blogidest moodustavad need 70% (Herring jt, 2004:6).

Järeldusi tehes toetus autor teoreetikute ja uurijate seisukohale, et päris-mina ja virtuaal-mina puhul arvatakse, et need kattuvad, kuid pole teada, mil määral (Blinka, 2012; Bullingham ja Vasconcelos, 2013; Stern, 2008). Arvatakse, et populaarsete blogide puhul on kuvand tõenäoliselt hoolikamalt konstrueeritud (Kaljuvee, 2015; Marwick ja boyd, 2011; Sepp jt, 2011).

Bakalaureusetöös läbi viidud analüüsi põhjal võib öelda, et Eesti populaarsemates blogides lugejatele edastatavad väärtused loovad neli peamist tõlgendusrepertuaari: saavutus läbi järjepideva tegutsemise; isikliku vabaduse olemasolu ja selle kaitsmine; kohusetundlikkus läbi kaalutletud otsuste ning siirus ja seeläbi saavutatav rõõm ja rahulolu. Enim varieerub blogikuvandi väärtusrepertuaar erinevatest tegelastest ja sündmustest mõjutatuna – kui läbivalt esineb mitmeid eneseületamise väärtusi, siis tegelased ja sündmused toovad sisse erinevaid kogemusele avatuse ja enesetäiustamise väärtusi. Blogides kõige enam esinenud väärtused kuuluvadki kas enesetäiustamise või kogemusele avatuse dimensioonile, 14 populaarsemast väärtustest kuulusid eneseületamise või konservatiivsuse dimensioonile vaid

ausus, elutarkus, loogilisus ning perekonna turvalisus.

Tähelepanu tõmbamise viisid (Kaljuvee, 2015), mida blogidest leida võis, olid positiivse ja negatiivse info jagamine enda kohta, lugeja kaasamine, hirmude ja unistuste jagamine ning laia auditooriumi kaasamine (Melrose, 2013, Kaljuvee 2015 kaudu) mitmekesiste väärtuste ja teemade kaudu. Blogide sisu üldiselt hinnates näib, et selle töö valimi populaarsete isiklike blogide puhul esitatakse üsna autentne kuvand, ning et blogi-mina lähedus päris-minale võibki isiklike blogide puhul olla iseeneslik strateegia, mis auditooriumi ligi tõmbab.

Töös tehtud analüüsist saab järeldada, et blogitekstide väärtuste uurimine küsitluskategooriate rakendamise teel õigustas ennast ning osutus meetodina sellise valimi puhul sobivaks. Kindlasti tuleks seda meetodit aga tulevaste sarnaste tööde tarbeks täiustada, pidades eriti silmas väärtustega seonduvaid teemasid, tegelasi ja sündmusi, ning piisava teoreetilise materjali leiduvusel kaasajastada.

Autor soovib südamest tänada töö juhendajat Külleki Seppelit, kelle pühendunud suhtumise ning põhjaliku tagasiside ja juhisteta see töö valminud ei oleks.

SUMMARY

The aim of this study was to examine which values can be found from the most popular personal blogs in Estonia; what do motivational dimensions tell us about those values and whether the values feel authentic or not. In order to fulfil those aims, the author tested the possibility of using survey-based value categories (Rokeach, 1973) in a text analysis. Values can be found from text and are also passed on through it (Fairclough, 2001; Hennoste, 2008) and reflect one's needs and preferences (Rokeach, 1973).

Data was gathered from 50 blog posts of the five most popular Estonian blogs where values were found on 479 occasions. The conclusions in this paper are based on the fact that researchers have not yet achieved a common understanding on whether and how much do the offline-self and online self differ from each other. (Blinka, 2012; Bullingham and Vasconcelos, 2013; Kaljuvee, 2015; Marwick, 2011; Sepp *et al.*, 2011; Stern, 2008). Nevertheless, it is believed that if the blog is popular and written by a micro-celebrity, the self-image is less likely to be authentic (Kaljuvee, 2015; Marwick, 2011; Sepp *et al.*, 2011).

The main results gathered from the analysis suggest that the values represented in the most popular Estonian blogs create four main repertoires: achievement through consistent action; having personal freedom and protecting it; conscientiousness through thorough decision-making and happiness along with satisfaction gained through sincerity. Variety to those groups is brought by different characters and events. Self-enhancement and openness to change motivate the expression of these values the most.

To attract readers' attention (Kaljuvee, 2015), these blogs share positive and negative information as well as fears and dreams, attract a broad audience through variety of values and topics (Melrose, 2013, cited in Kaljuvee, 2015) and involve the reader to the content creating process.

The results indicate that the blog authors present a rather authentic image of themselves, making the similarity to their online-self the strategy that attracts most readers. The analysis suggests that the method used in this study justified itself but topic, event and character categories should be improved and value categories updated for future use, if possible.

KASUTATUD KIRJANDUS

1. Aavik, T. (2013). *Isiksuspsühholoogia*. Loengukonspekt. Kasutatud aprill 2016.
2. *Ajakirjade kirjastuse kodulehekülg: Reklaam*. Kasutatud mai 2016
<http://www.kirjastus.ee/reklaam/>
3. Ascharya, K. (2014) *I Knew Hating-Reading Was Bad, But I Didn't Know It'd Feel This Good. And You'll Never Guess Why*. Kasutatud aprill 2016
<http://2machines.com/184034/>
4. *Bestblog.ee kodulehekülg: EBA 2015 Tulemused*. (2015). Kasutatud aprill 2016
<http://bestblog.ee/eba-2015/eba-2015-tulemused/>
5. Blinka, L., Subrahmanyam, K., Šmahel, D. ja Seganti, F. R. (2012). Differences in the Teen Blogosphere: Insights from a Content Analysis of English- and Czech-Language Weblogs. *Young*, 20 (3), 277–296.
6. *Blog.tr.ee: Blogikataloog* (2016). Kasutatud aprill 2016
http://blog.tr.ee/pages/static/blogs.jhtml?v=v¤t_object=8010
7. Bullingham, L. ja Vasconcelos, A. C. (2013). The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities. *UK Journal of Information Science*, 39 (1), 101–112.
8. Cenite, M., Detenber, B. H., Koh, A. W. K., Lim, A. L. H. ja Soon, N. E. (2009). Doing the right thing online: a survey of bloggers' ethical beliefs and practices. *New Media & Society*, 11 (4), 575–597.
9. Chen, G. M. (2012). Why do women write personal blogs? Satisfying needs for self-disclosure and affiliation tell part of the story. *Computers in Human Behavior*, 28 (1), 171–180.
10. *Eesti Blogijad. Facebooki grupp*. Kasutatud aprill 2016
<https://www.facebook.com/groups/298040806878592/>

11. *Eestiblogid.ee: Blogid* (2016). Kasutatud aprill 2016 <http://eestiblogid.ee/blogid>
12. Erez, M. ja Earley, P. C. (1993). *Culture, Self-Identity and Work*. New York: Oxford University Press.
13. Fairclough, N. (2001). *Critical discourse analysis in practice: description. Language and Power*. Harlow: Longman.
14. Fuchs, C. (2008). *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. New York: Routledge.
15. Fullwood, C., Nicholls, W. Ja Makichi, R. (2015). We've got something for everyone: How individual differences predict different blogging motivations. *New Media & Society*, 17(9), 1583–1600.
16. Gau, L. S. (2007). Examining the Values Associated with Spectator Sports and the Relationships Between the Values and Sport Spectator Behavior. *International Journal of Sport Management Recreation & Tourism*, 16, 37–55.
17. Goffman, E. (1956). *The Presentation of self in everyday life*. Edinburgh: University of Edinburgh.
18. Hennoste, T. (2003). Keelekasutuse uurimine. S. Mäearu (Toim), *Emakeele Seltsi aastaraamat*, 48 (lk 217-262). Tallinn: Eesti Teaduste Akadeemia Emakeele Selts.
19. Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonuns, S. ja Wright, E. (2004). Bridging the gap: A genre analysis of Weblogs. *Proceedings of the 37th Hawaii Interaction Conference on System Sciences (HICSS-37)*, 1–11.
20. Hinton, E. (2015). Why Hate-Reading Is Beautiful. Kasutatud mai 2016 <http://www.vice.com/read/why-hate-reading-is-beautiful-520>
21. Hirsjärvi, S., Remes, P. ja Sajavaara, P. (2005). *Uuri ja kirjuta*. Tallinn: Medicina.
22. Hitlin, S. ja Allyn, J. (2004). VALUES: Reviving a Dormant Concept. *Annual Review of Sociology*, 30, 359–393.

23. Inglehart, R. ja Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65, 19–51.
24. Jung, Y., Song, H. ja Vordererc, P. (2012). Why do people post and read personal messages in public? The motivation of using personal blogs and its effects on users' loneliness, belonging, and well-being. *Computers in Human Behaviour*, 28, 1626–1633.
25. Kaljuvee, K. (2015). *Eesti sotsiaalmeedia mikrokuulsuste kasutatavad tähelepanu pälvimise strateegiad*. Bakalaureusetöö, Tartu Ülikool, Ühiskonnateaduste instituut.
26. Kalmus, V. ja Vihalemm, T. (2016). Väärtused ja identiteedid. Vihalemm, P., Lauristin, M., Vihalemm, T., Kalmus, V. (Toim.). *Eesti ühiskond kiirenevas ajas: Eesti elaviku muutumine 2002-2014 uuringu Mina. Maailm. Meedia tulemuste põhjal* (x–x). Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus. (Studia societatis et communicationis; 2) [ilmumas].
27. Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). *Tartu Ülikool: Sotsiaalse analüüsi meetodite ja metodoloogia õpibaas: Kvalitatiivne sisuanalüüs*. Kasutatud mai 2016 <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>
28. *Kommunikatsioonibüroo JLP kodulehekülg: Eesti esimene blogimaastiku uuring* (2014). Kasutatud aprill 2016 <http://www.jlp.ee/blog/2014/11/11/jlp-eesti-esimene-blogimaastiku-uuring>
29. Kõuts, R. ja Seppel, K. (2012). *Meedia- ja kommunikatsiooniteooria ülevaade*. Tartu: Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
30. *Livejournal: About* (2016). Kasutatud aprill 2016 <http://www.livejournal.com/about/logo>
31. Markham, A. (2012) Fabrication as ethical practice. *Information, Communication & Society*, 15 (3), 334–353.
32. Marwick, A. ja boyd, d. (2015). You May Know Me From YouTube: (Micro)-Celebrity in Social Media. *Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2)

139–158.

33. Mets, K. (2011). *Väärtused eesti noorte moeblogijate seas*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
34. Meyers, E. A. (2012). „Blogs give regular people the chance to talk back“: Rethinking „professional“ media hierarchies in new media. *New Media & Society*, 14 (6), Vol 14, 1022–1038.
35. Olsen, J. K. B., Pedersen, S. A. ja Hendricks, V. F. (2009). *A companion to the Philosophy of Technology*. Blackwell Publishing: Singapore.
36. Priimägi, T. (2004). Ära ainult küsi, miks ma blogi kirjutan!! *Eesti Ekspress*, 21. jaanuar.
37. Rebane, K. (2015). *Väärtused Eesti Päevalehes ja Postimehes 1990-2014*. Magistritöö, Tartu Ülikool, Ühiskonnateaduste instituut.
38. Remmel, L. (2014). *Poliitiku integriteedi kujunemisest võrguajastul (blogivate riigikogulaste näitel)*. Magistritöö, Tartu Ülikool, Ühiskonnateaduste instituut.
39. Rettberg, J. W. (2008). *Blogging*. Cambridge: Polity Press.
40. Rettberg, J. W. (2014). *Seeing ourselves through technology. How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
41. Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Macmillan Publishing Co., Inc.
42. Rokeach, M. (1979). *Understanding Human Values*. New York: The Free Press.
43. Schroeder, S. (2013). *Tumblr Now Hosts Over 100 Million Blogs*. Kasutatud aprill 2016 <http://mashable.com/2013/03/27/tumblr-100-million-blogs/>
44. Schwartz, S. H. (2011). Studying Values: Personal Adventure, Future Directions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 307–319.

45. Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
46. Sepp, M., Liljander, V. ja Gummerus, J. (2011). Private bloggers' motivations to produce content – a gratifications theory perspective. *Journal of Marketing Management*, 27 (13-14).
47. Smith, C. (2016). 25 Amazing Wordpress Statistics. Kasutatud mai 2106 <http://expandedramblings.com/index.php/wordpress-statistics/>
48. Stern, S. (2003). Encountering distressing information in online research: a consideration of legal and ethical responsibilities. *New Media & Society*, 5 (2), 249–266.
49. Stern, S. (2008). Producing Sites, Exploring Identities: Youth Online Authorship. D. Buckingham (Toim). *Youth, Identity, and Digital Media* (lk 95–118). Cambridge: The MIT Press,
50. Stern, S. (2015). Regretted Online Self-Presentations: U.S. College Students' Recollections and Reflections, *Journal of Children and Media*, 9 2), 248–265.
51. Stöcker, C. (2007). Interview with Arianna Huffington: "The Role of the Blogosphere Is to Shake-Up the Mainstream Media". *Der Spiegel*, 20. jaanuar.
52. Tammert, T (2008). *Isiklikud blogid Eestis*. Bakalaureusetöö. Tartu Ülikool, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituut.
53. Treymayne, M. (2007). *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*. New York: Routledge.
54. *Tumblri kodulehekül* (2016). Kasutatud aprill 2016 <https://www.tumblr.com/>
55. Vihalemm, T. *Sotsiaalsete praktikate seminar*. Loengukonspekt. Kasutatud aprill 2016.
56. *Wordpressi kodulehekül: A Live Look at Activity Across Wordpress.com* (2016). Kasutatud aprill 2016 <https://wordpress.com/activity/>

57. *Worldometersi kodulehekülg: Blog posts written today*. (2016) URL (kasutatud aprill 2016) <http://www.worldometers.info/blogs/>

LISAD

Lisa 1 - Kodeerimisjuhend

	Kategooria	Kategooria seletus	Alamkategooria	Alamkategooria seletus	Kood
BLOGI JA POSTITUSE ÜLDANDMED					
1	Blogi aadress	Blogi veebilehekülje aadress			1
2	Blogi nimi	Blogi päises asuv nimi või nimi, mille järgi blogi tuntakse			2
3	Link blogi lehele Similarweb statistikabaasis	Link vastavale Similarweb'i lehele			3
4	Külastusi kuus www.similarweb.com andmetel	Külastuste arv veebruaris 2016	nt 15 000		4
5	Blogi autor	Blogi autori nimi			5
6	Postituse pealkiri	Postituse pealkirjakastis toodud tekst			6
7	Postituse ilmumise kuupäev	Postituse ilmumise kuupäev postituse päises või jaluses	nt 9.03.2016		7
8	Link postitusele	Blogipostituse veebilehekülje aadress	nt		8
9	Postituse pikkus	Postituse pikkus tähemärkides koos tühikutega	nt 1185		9
10	Kommentaaride arv	Kõigi kommentaaride arv postituse kommentaariumis	nt 42		10
BLOGIPOSTITUSE TÜÜP					
11	Postituse tüüp	Žanr, milles blogipostitus on kirjutatud	Arvamus/Arvustus	Blogipostitus, mille sisuks on mingi teema kohta arvamuse avaldamine, toote või teenuse arvustamine	11a
			Blogimeem	Blogipostitus, mille sisuks on blogides ringlevale kirjutamise või pildistamise üleskutsele vastamine	11b
			Kirjeldus	Blogipostitus, mille sisuks on mingi olukorra kirjeldamine	11c

			Küsimus	Blogipostitus, mille sisuks on blogi lugejatele mingi probleemi või küsimuse esitamine ja sellele selgituse või vastuse palumine	11d
			Reklaam/Tutvustus	Blogipostitus, mille sisuks on toodet või teenust tutvustada	11e
			Kirjeldav arvamus	Blogipostitus, mille sisuks on mingi teema kirjeldamine ja selle kohta arvamuse avaldamine	11f
			Vastus	Blogipostitus, mille sisuks on meedias, teises blogis või blogi kommentaariumis esitatud teemapüstitusele vastamine, nõu andmine	11g
			Muu		11h
BLOGIPOSTITUSE TEGELASED JA SÜNDMUSED					
12	Tegelane 1	Blogipostituse fookuses olev inimene	Abikaasa/Elukaaslane	Blogipostitus, mille peategelaseks on autori abikaasa, elukaaslane vm	12a
			Laps(ed)	Blogipostitus, mille peategelasteks on lapsed	12b
			Pere	Blogipostitus, mille peategelasteks on pere	12c
			Sõbrad/Tuttavad	Blogipostitus, mille peategelasteks on sõbrad	12d
			Töökaaslased	Blogipostitus, mille peategelasteks on töökaaslased	12e
			Teised blogijad	Blogipostitus, mille peategelasteks on teised blogijad	12f
			Ühiskond/Inimesed laiemalt	Blogipostitus, mille peategelaseks on ühiskond või inimesed laiemalt	12g
			Loomad		12h
			Spetsialist/Professionaal	Blogipostitus, mille peategelaseks on mõne eriala esindaja (arst, juuksur)	12i
			Juhuslikud inimesed	Blogipostitus, mille peategelaseks on juhuslikult kohatud inimene/inimesed	12j
			Muu		12k
13	Tegelane 2	Blogipostituse fookuses olev inimene	Abikaasa/Elukaaslane	Blogipostitus, mille peategelaseks on autori abikaasa, elukaaslane vm	13a

			Laps(ed)	Blogipostitus, mille peategelasteks on lapsed	13b
			Pere	Blogipostitus, mille peategelasteks on pere	13c
			Sõbrad/Tuttavad	Blogipostitus, mille peategelasteks on sõbrad või tuttavad	13d
			Töökaaslased	Blogipostitus, mille peategelasteks on töökaaslased	13e
			Teised blogijad		13f
			Ühiskond/Inimesed laiemalt	Blogipostitus, mille peategelaseks on ühiskond või inimesed laiemalt	13g
			Loomad	Blogipostitus, mille peategelaseks on loomad	13h
			Spetsialist	Blogipostitus, mille peategelaseks on mõne eriala esindaja (arst, juuksur)	13i
			Juhuslikud inimesed	Blogipostitus, mille peategelaseks on juhuslikult kohatud inimene/inimesed	13j
			Muu		13k
14	Sündmus 1	Blogipostituse fookuses olev sündmus	Perekondlik sündmus: pulmad	Blogipostitus, mis kajastab pulmi, nende ettevalmistust või tagasivaadet neile	14a
			Perekondlik sündmus: lapseootus	Blogipostitus, mis kajastab lapseootust, sündi või tagasivaadet sellele	14b
			Tähtpäev: sünnipäev	Blogipostitus, mis kajastab sünnipäeva, selle ettevalmistust või tagasivaadet sellele	14c
			Tähtpäev: püha	Blogipostitus, mis kajastab (riikliku) püha või tähtpäeva tegemisi või planeerimist	14d
			Kolimine, remont	Blogipostitus, mis kajastab kolimist või remonti, selle ettevalmistust või tagasivaadet sellele	14e
			Reis	Blogipostitus, mis kajastab reisi või selle planeerimist	14f
			Muu		14g
15	Sündmus 2	Blogipostituse fookuses olev sündmus	Perekondlik sündmus: pulmad	Blogipostitus, mis kajastab pulmi, nende ettevalmistust või tagasivaadet neile	15a
			Perekondlik sündmus: lapseootus	Blogipostitus, mis kajastab lapseootust, sündi või tagasivaadet sellele	15b

			Tähtpäev: sünnipäev	Blogipostitus, mis kajastab sünnipäeva, selle ettevalmistust või tagasivaadet sellele	15c
			Tähtpäev: püha	Blogipostitus, mis kajastab (riikliku) püha või tähtpäeva tegemisi või planeerimist	15d
			Kolimine, remont	Blogipostitus, mis kajastab kolimist või remonti, selle ettevalmistust või tagasivaadet sellele	15e
			Reis	Blogipostitus, mis kajastab reisi või selle planeerimist	15f
			Muu		15g
BLOGIPOSTITUSE TEEMAD					
16	Teema 1	Blogipostituse fookuses olev teema	Vaba aeg: käsitöö	Blogipostitus, mis räägib käsitööst	16a
			Vaba aeg: loodus	Blogipostitus, mis räägib loodusest	16b
			Vaba aeg: kultuur	Blogipostitus, mis räägib kirjandusest, teatrist, kinost või muust kultuurivormist	16c
			Vaba aeg: loomad	Blogipostitus, mis räägib loomadest	16d
			Vaba aeg: sport	Blogipostitus, mis räägib spordist	16e
			Vaba aeg: muu		16f
			Heaolu: ilu	Blogipostitus, mis räägib iluteemadest	16g
			Heaolu: mood	Blogipostitus, mis räägib moeteemadel	16h
			Heaolu: puhkus või reisimine	Blogipostitus, mis räägib puhkusest või reisimisest	16i
			Heaolu: poodlemine	Blogipostitus, mis räägib poodlemisest	16j
			Heaolu: toit	Blogipostitus, mis räägib toidust	16k
			Heaolu: tehnika	Blogipostitus, mis räägib tehnikast	16l
			Heaolu: muu		16m
			Olme: raha	Blogipostitus, mis räägib rahast	16n
			Olme: tervis	Blogipostitus, mis räägib tervisest	16o
			Olme: kodu	Blogipostitus, mis räägib kodust	16p
			Olme: kool või lasteaed	Blogipostitus, mis räägib koolist või lasteaiast	16q
			Olme: töö	Blogipostitus, mis räägib tööst	16r

			Olme: igapäevatoimingud	Blogipostitus, mis räägib igapäevatoimingutest (asjaajamised, transport, koristamine vm)	16s
			Olme: muu		16t
			Inimloomus ja -käitumine	Blogipostitus, mis räägib inimes(t)e olemusest ja nende omadustest või käitumisest	16u
			Ühiskond	Blogipostitus, mis räägib poliitikast või riigikaitsest	16v
17	Teema 2	Blogipostituse fookuses olev teema	Vaba aeg: käsitöö	Blogipostitus, mis räägib käsitööst	17a
			Vaba aeg: loodus	Blogipostitus, mis räägib loodusest	17a
			Vaba aeg: kultuur	Blogipostitus, mis räägib kirjandusest, teatrist, kinost või muust kultuurivormist	17c
			Vaba aeg: loomad	Blogipostitus, mis räägib loomadest	17d
			Vaba aeg: sport	Blogipostitus, mis räägib spordist	17e
			Vaba aeg: muu		17f
			Heaolu: ilu	Blogipostitus, mis räägib iluteemadest	17g
			Heaolu: mood	Blogipostitus, mis räägib moeteemadel	17h
			Heaolu: puhkus või reisimine	Blogipostitus, mis räägib puhkusest või reisimisest	17i
			Heaolu: poodlemine	Blogipostitus, mis räägib poodlemisest	17j
			Heaolu: toit	Blogipostitus, mis räägib toidust	17k
			Heaolu: tehnika, internet, sotsiaalmeedia	Blogipostitus, mis räägib tehnikast, internetist või sotsiaalmeediast	17l
			Heaolu: muu		17m
			Olme: raha	Blogipostitus, mis räägib rahast	17n
			Olme: tervis	Blogipostitus, mis räägib tervisest	17o
			Olme: kodu	Blogipostitus, mis räägib kodust	17p
			Olme: kool või lasteaed	Blogipostitus, mis räägib koolist või lasteaiast	17q
			Olme: töö	Blogipostitus, mis räägib tööst	17r
			Olme: igapäevatoimingud	Blogipostitus, mis räägib igapäevatoimingutest (asjaajamised, transport, koristamine vm)	17s
			Olme: muu		17t

			Inimloomus ja -käitumine	Blogipostitus, mis räägib inimes(t)e olemusest ja nende omadustest või käitumisest	17u
			Ühiskond	Blogipostitus, mis räägib poliitikast või riigikaitsest	17v
18	Teema 3	Blogipostituse fookuses olev teema	Vaba aeg: käsitöö	Blogipostitus, mis räägib käsitööst	18a
			Vaba aeg: loodus	Blogipostitus, mis räägib loodusest	18b
			Vaba aeg: kultuur	Blogipostitus, mis räägib kirjandusest, teatrist, kinost või muust kultuurivormist	18c
			Vaba aeg: loomad	Blogipostitus, mis räägib loomadest	18d
			Vaba aeg: sport	Blogipostitus, mis räägib spordist	18e
			Vaba aeg: muu		18f
			Heaolu: ilu	Blogipostitus, mis räägib iluteemadest	18g
			Heaolu: mood	Blogipostitus, mis räägib moctemadel	18h
			Heaolu: puhkus või reisimine	Blogipostitus, mis räägib puhkusest või reisimisest	18i
			Heaolu: poodlemine	Blogipostitus, mis räägib poodlemisest	18j
			Heaolu: toit	Blogipostitus, mis räägib toidust	18k
			Heaolu: tehnika	Blogipostitus, mis räägib tehnikast	18l
			Heaolu: muu		18m
			Olme: raha	Blogipostitus, mis räägib rahast	18n
			Olme: tervis	Blogipostitus, mis räägib tervisest	18o
			Olme: kodu	Blogipostitus, mis räägib kodust	18p
			Olme: kool või lasteaed	Blogipostitus, mis räägib koolist või lasteaiast	18q
			Olme: töö	Blogipostitus, mis räägib tööst	18r
			Olme: igapäevatoimingud	Blogipostitus, mis räägib igapäevatoimingutest (asjaajamised, transport, koristamine vm)	18s
			Olme: muu		18t
			Inimloomus ja -käitumine	Blogipostitus, mis räägib inimes(t)e olemusest ja nende omadustest või käitumisest	18u
			Ühiskond	Blogipostitus, mis räägib poliitikast või riigikaitsest	18v
TERMINAALVÄÄRTUSED BLOGIPOSTITUSES – ROKEACH					

19	Elutarkus	Täiskasvanulik maailmamõistmine	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	19a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	19b
20	Eneseaustus	Enesekindlus	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	20a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	20b
21	Eneseteostus	Järjekindel töö ja panus	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	21a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	21b
22	Küps armastus	Seksuaalne ja vaimne intiimsus	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	22a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	22b
23	Lunastus	Igavene elu, raskustest pääsemine	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	23a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	23b
24	Mugav elu	Edukus, jõukus	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	24a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	24b
25	Nauding	Nauditav, rahulik elu	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	25a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	25b
26	Perekonna turvalisus	Kallite eest hoolitsemine	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	26a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	26b
27	Põnev elu	Aktiivne, ergutav elu	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	27a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	27b
28	Rahu kogu maailmas	Konflikt- ja sõjavaba maailm	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	28a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	28b
29	Rahvuslik julgeolek	Kaitstus rünnakute eest	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	29a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	29b
30	Sisemine tasakaal	Vabadus sisemistest heitlustest	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	30a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	30b
31	Sotsiaalne tunnustus	Imetus ja austus	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	31a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	31b
32	Tõeline sõprus	Lähedased suhted	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	32a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	32b
33	Vabadus	Sõltumatus, vaba valik otsustada	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	33a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	33b

34	Võrdsus	Võrdsed võimalused kõigile, vendlus	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	34a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	34b
35	Õnn	Küllastus, rahulolu	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	35a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	35b
36	Ümbritsev ilu	Looduse ja kunstide ilu	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	36a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	36b
INSTRUMENTAALVÄÄRTUSED BLOGIPOSTITUSTES - ROKEACH					
37	Abivalmis	Lahkus, nõusolek abistada	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	37a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	37b
38	Andestav	Valmis teiste tehtud vigu unustama	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	38a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	38b
39	Armastav	Õrn, tundeline	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	39a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	39b
40	Aus	Siiras, aus	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	40a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	40b
41	Edasipüüdlik	Tahtmine töös, õpingutes vm edasi jõuda, midagi saavutada	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	41a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	41b
42	Julge	Oma vaadete eest seismine	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	42a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	42b
43	Korralik	Puhas, viisakas	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	43a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	43b
44	Kujutlusvõimeline	Loov, avatud uuele ideele	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	44a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	44b
45	Kuulekas	Sõnakuulelikkus kuuletuvus	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	45a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	45b
46	Loogiline	Järelaluslikult õige, mõistuspärane, mõistlik	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	46a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	46b
47	Rõõmsameelne	Heatujuline	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	47a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	47b
48	Salliv	Rahulikult ja heatahtlikult	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	48a

		meelestatus			
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	48b
49	Sõltumatu	Mitte kellelegi alluv ega kellegi või millegi mõjutatav, iseisev, vaba	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	49a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	49b
50	Tasakaalukas	Vaashoitud, distsiplineeritud	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	50a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	50b
51	Vaimne	Enese sisemaailmaga seotud, intelligentne, mõtlik	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	51a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	51b
52	Vastutustundlik	Usaldusväärne, kindel	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	52a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	52b
53	Viisakas	Heade kommetega, peen	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	53a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	53b
54	Võimekas	Kompetentne, efektiivne	Esineb peamise väärtusena	Blogipostituses on sellel põhirõhk	54a
			Esineb kõrvalväärtusena	Blogipostituses on sellel toetav koht	54b

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Britt Rosenberg (sünnikuupäev: 23.09.1993),

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Domineerivad väärtused Eesti populaarsemates isiklikes blogides“, mille juhendaja on Külliki Seppel,
 - 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 31.05.2016